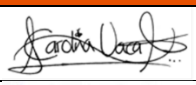
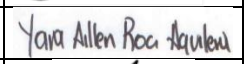
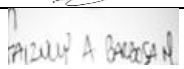
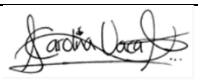
compensar | fundación universitaria	ACTA DE REUNIÓN	
	FOR-PPA-11	Versión 02
	Página 1 de 32	Fecha Emisión 13.11.2020

Fecha	**15/12/2025**	**Hora Inicio**	**2:00**	**Hora Fin**	**3:00 P.M.**
Proceso /Subproceso	Currículo / Informe 2025-2 Mercadeo y Publicidad			**Acta N°**	
Reunión de trabajo	**x**	**Comité**	**X**	**Capacitación**	

Asistentes					
No.	**Nombre**	**Cargo**	**¿asistió?**		**Firma**
			Si	**No**	
1	Yadira Carolina Vaca González	Directora Programa	X		
2	Yara Aillen Roa Aguilera	Coordinadora Presencial	X		
3	Sandra Milena Rache Larrota	Coordinadora Virtual	X		
4	Catalina Arenas Cárdenas	Docente Meta	X		
5	Faizully Barbosa Moreno	Docente Meta	X		
6	Yadira Carolina Vaca González	Directora Programa	X		

Temas

1. PIC, PA y RETOS presentados en la Semana de la Innovación y el Emprendimiento 2025-2. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, productos, actas.
2. Visitas empresariales
3. Diseño (nuevos). Instrumentos de diseño micro curricular. Syllabus, Planeaciones Didácticas e Instrumentos de evaluación (presencial / virtual).
4. Certificaciones digitales. Número de estudiantes que accedieron a cada certificación. Actualizar información en documento de Excel -en línea-. Constancias (diploma) aseguradas en carpeta de meso currículo y/o repositorios de programa o área.
5. Curso Impacto Maker – participación docente del Programa
6. Participación Taller encuentros sincrónicos efectivos
7. Programa Sin filtro emisora UCompensar Stereo
8. Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en meso currículo y/o carpeta del programa - área: agosto (1), septiembre (1), octubre (1) y noviembre (1).
9. Trabajo en el Sistema de Evaluación de Resultados de Aprendizaje - SERA: Descripción de actividades y productos. Asegurar información en la carpeta institucional.
10. Proyectos de Investigación Programa Mercadeo y Publicidad
11. Comité Técnico de Normalización - VIRTUAL - Elaboración (revisión/aprobación nombres de NSCL PAE 2025)
    Se convoca a reunión para socializar y validar los nombres finales de las Normas Sectoriales de Competencia Laboral -NSCL PAE 2025
    Mesa Sectorial de Mercadeo - HORARIO: 9:00 am a 9:30 am
12. Registro calificado (si aplica) Descripción de actividades y productos.
    Validaciones con estudiantes, docentes, empresarios y egresados; culminación del documento maestro para el Programa de Mercadeo y Publicidad en modalidad presencial
13. Otras actividades
    - Asignación de gestor de permanencia virtual para seguimiento académico de estudiantes de 1 a 4 semestre en la modalidad virtual – Reuniones quincenales
    - Firma convenio Areandina – Ucompensar

- Participación Torneo Company Game Pedro Layton
- Promoción especializaciones
- Plan de internacionalización – responsable Fabián Pinzón
- Autoevaluación Yara Roa

Desarrollo

1. PIC, PA, RETOS y PICHT Desarrollos durante el semestre 2025-2. Evidencias: grabación de presentación, videos, fotos, productos, actas, etc.

1.1 PA

MODALIDAD	PA	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Bogotá	**Fundamentos de Mercadeo**	**Plan Básico de Mercadeo Sostenible ACPEF**	**Yara Roa**
Evidencia fotográfica: 			
Virtual	**Fundamentos de Mercadeo**	**Personalización del portafolio de servicios de ACPEF**	**Sandra Rache**
Evidencia fotográfica: 			
Bogotá	**Relacionamiento con el Cliente**	**Estrategias integradas de relacionamiento y Fidelización ACPEF**	**Sandra Rache**
Evidencia fotográfica:			













Virtual	**Comunicación Oral y Escrita**	**"Turismo de Saberes (servicio hipotético): Relatos Orales desde Islas Culturales Imaginadas"**	**Diana Katherine Guzmán Rincón**

Evidencia fotográfica:

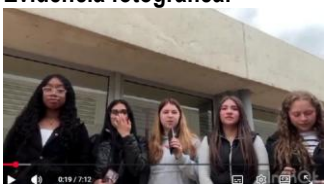




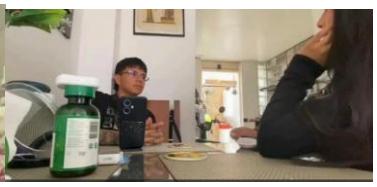


Bogotá	**Psicología del Consumidor 1**	**Conexión afectiva con la IA: ¿por qué sentimos cercanía con ella?**	**Javier Colmenares**

Evidencia fotográfica:

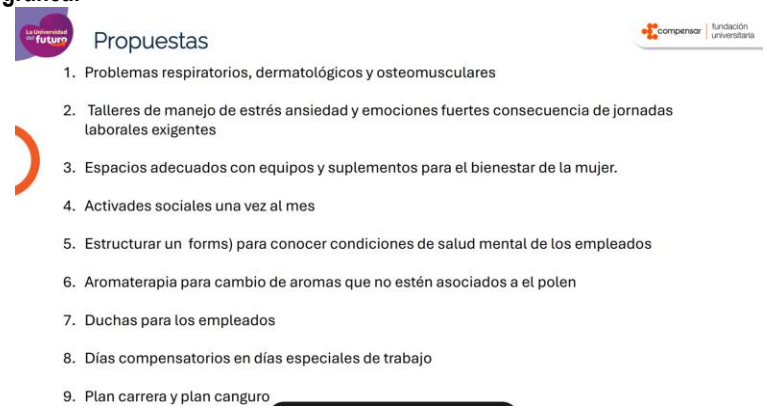






Bogotá	Comunicación Organizacional	Estructuración de una estrategia orientada a fortalecer beneficios valorados por los empleados de la empresa floricultora La Margarita	Geovanni Sánchez Sánchez

Evidencia fotográfica:



Virtual	Planeación de medios	Desarrollo de Plan de Medios para Hyundai Colombia aplicado al lanzamiento de la Camioneta Híbrida Hyundai Venue apoyada en Inteligencia Artificial	Ricardo Bohórquez

Evidencia fotográfica:









1.2 PIC

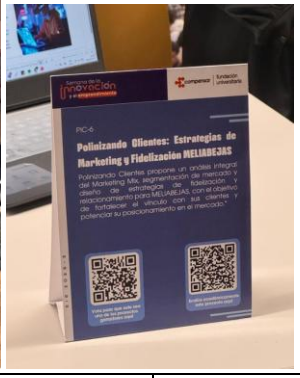
MODALIDAD	PIC	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Bogotá	Gerencia de Marketing/Campañas	Campaña Publicitaria Rebeca Restaurante	Jennifer Flórez/Cesar Atehortúa
Evidencia fotográfica: 			
Meta	Campañas Publicitarias II, campañas publicitarias I	Campañas Publicitarias de Impacto Social: Banco de Alimentos "Dona con sentido y Moda con propósito boutique de Dios"	Lizeth Tatiana Perico Rivera
Evidencia fotográfica: 			
Virtual	Planeación de Marketing/Investigación Cualitativa	Investigación de Mercados y Plan de Marketing Lachem. SA	Priscila Amin/Gustavo Rubiano
Evidencia fotográfica:			



Bogotá	Fundamentos de Mercadeo/ Relacionamiento con el Cliente	Análisis de marketing MIX, segmentación y plan de fidelización y relacionamiento MELIABEJAS	Juan Andrés Escobar/Gustavo Rubiano

Evidencia fotográfica:





Virtual	Psicología del Consumidor 1 Ventas	Estrategia comercial para escenario B2B y B2C	Leonor Cruz Juan Andres Escobar

Evidencia fotográfica:









Meta		Sostenibilidad empresarial	Faizully Barbosa

Evidencia fotográfica:



1.3 RETO

MODALIDAD	RETO	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Bogotá	Brandbook	Desarrollar la Imagen Corporativa e Identidad visual de cleinte real apoyándose en herramientas de Inteligencia Artificial	Ricardo Bohórquez
Evidencia fotográfica: 			
Meta	Medios y Presupuesto	La Boutique de Amor	Faizully Andrea Barbosa
Evidencia fotográfica:			



Virtual	**Marketing Digital**	**Estrategias de marketing para emprendimiento**	**Claudia Ramírez**

Evidencia fotográfica:





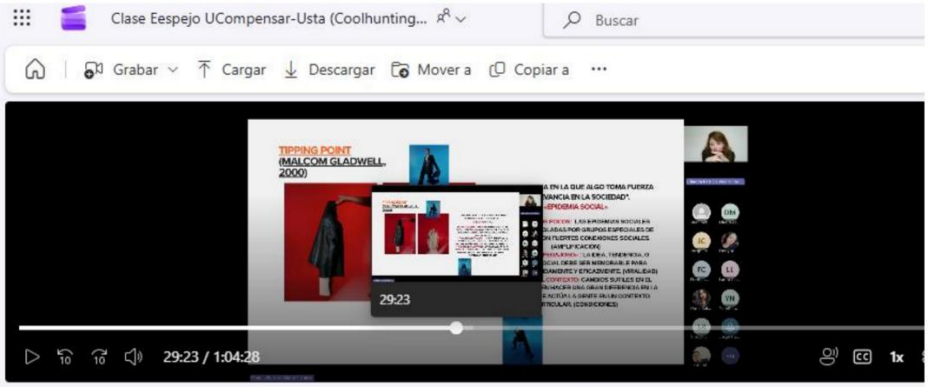
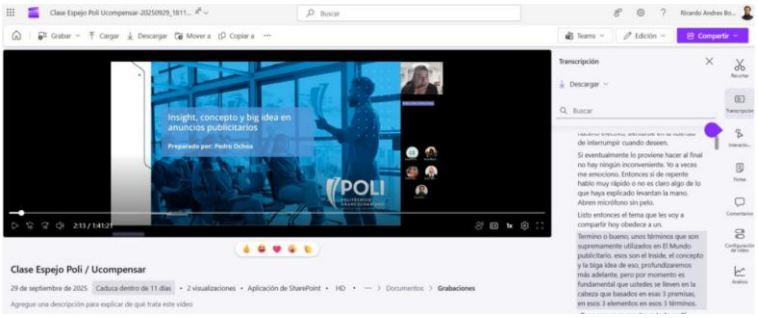


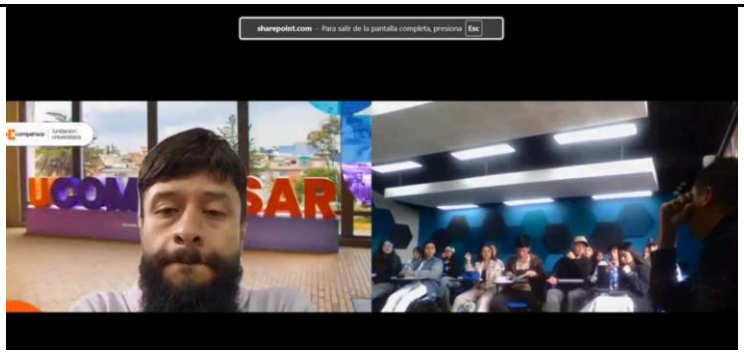
Meta	**Producción Audiovisual**	**Campaña, comunicación**	**Carlos Orozco**

Evidencia fotográfica:



1.4 Clase Espejo

MODALIDAD	CLASE ESPEJO	TÍTULO	DOCENTE A CARGO
Bogotá	Tendencias de Consumo y Mercado Universidad Santo Tomás Universidad UCompensar	Se trabajó dos perspectivas sociales a Coolhunting digital y tendencias	Claudia Valero
Evidencia fotográfica: 			
Bogotá	Gestión de la Publicidad Campañes1) Politécnico Grancolombiano) (Ucompensar)	1 de octubre: Exponentes Creativos y Campañas Memorables / 29 de septiembre: Insight y Proceso Creativo	Ricardo Bohórquez
Evidencia fotográfica: 			



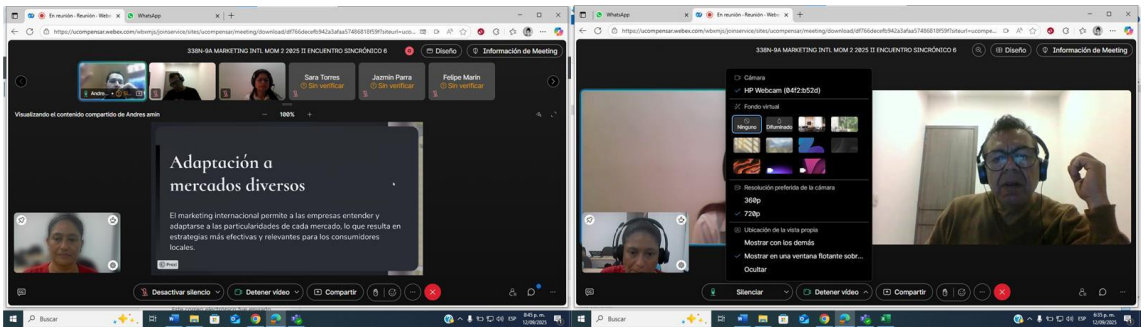
1.5 **Empresario en el aula**

MODALIDAD	ASIGNATURA	TÍTULO	DOCENTE A CARGO	EMPRESARIO INVITADO
Bogotá	Gestión de la Publicidad	Habilidades Publicitarias	Leonor Cruz	Jeimi Pulido Chávez / Integrated Media Manager LATAM
Virtual	Campañas Publicitarias	Creatividad en campañas publicitarias	César Atehortua	Eduardo Calvache, director creativo HH Global
Bogotá	Gestión de la Publicidad	Que se hace en una agencia de publicidad	German Alfredo Archila	Nataly Archila directora de Cuenta Coca-Cola
Virtual	Gestión de la Publicidad	Conocer qué es una marca personal y cómo se construye.	Cesar Atehortua	Tiby Hernández CEO Value
Bogotá	Distribución	El almacenamiento en la distribución	José Herrán Castañeda	Laura Álvarez - Logyca
Virtual	Psicología del Consumidor 1	Nuevos nichos de mercados	Leonor Cruz	Juan Carlos Beltran López - Fico Ferreterías
Virtual	Comunicación Organizacional	Plan de comunicación	Leonor Cruz	Diana Rodriguez - Departamento de comunicaciones DIAN
Bogotá	Lenguaje y Creatividad Publicitaria	Concepto y Racional Publicitario	German Alfredo Archila	Alexander Alvarez Pinto - Grupo Masin

Bogotá	Lenguaje y Creatividad Publicitaria	Evaluar las propuestas de los estudiantes para el Bar Chapin Rock	German Alfredo Archila	Sandra Milena Rojas - Chapin Rock
Bogotá	Gestión de la Publicidad	Desarrollo de un taller creativo desde la música	German Alfredo Archila	Fernando Vélez - Divergente
Bogotá	Marketing Deportivo	Presentación de Brief y evaluación de la propuesta para la marca Trace	German Alfredo Archila	Induesa Trace
Bogotá	Gestión de la publicidad	Conocer cómo funciona una agencia publicitaria	German Alfredo Archila	Natalia Archila - Ogilvy
Bogotá	Psicología del Consumidor 2	Costumer Jorurney	Cristian Javier Colmenares Chía	Fabián Ricardo Rincón Chaparro - Allianz Seguros
Bogotá	Gerencia de Marketing	Innovación en productos para la industria de mascotas	Jennifer Florez Florez	AMATU AMA TU MASCOTA - NATALIA WILCHES
Meta	Medios y Presupuestos	Meta Ads y pauta	Faizully Barbosa	Nubia Tinoco - NCA
Meta - Virtual	MARKETING INTERNACIONAL	Cultura, canales y conversión: El Triángulo del Éxito en Marketing Internacional.	Priscila Amin Gonzalez – Pedro Leiton – Catalina Arenas	Andres Amin Uribe – empresa Tekus
Meta	Gerencia de Marketing	Gerencia del marketing digital: claves para el desarrollo de planes y campañas	Tatiana Perico – Catalina Arenas	Abel Rodriguez - gerente de marketing - Agencia Manager SAS
Bogotá	Marketing Digital	Investigación Marketing Social y cultural	Claudia Patricia Ramírez	Freddy Urrea Urrea - SENA Servicio nacional de aprendizaje
Virtual	Investigación de Mercado	Uso de Herramientas IA - Personalización del Portafolio de Servicios para Asociación -ACPEF	Sandra Milena Rache Larrota	Jazmin Rocio Parra Sánchez - Nimbutech SAS

Bogotá	Fundamento de Mercadeo	Aplicaciones de la Inteligencia Artificial para Mecadeo	Sandra Milena Rache Larrota	Maycol Bautista Pinzón - Fundación Universitaria del Área Andina
Bogotá	Relacionamiento con Clientes	Plataformas de Gestión de CRM	Sandra Milena Rache Larrota	Jaime Hernán Leiva Ortiz - Fundación Universitaria Cafam Área de extensión
Bogotá	Fundamento de Mercadeo	Uso de IA en Mercadeo y Publicidad	Yara Aillen Roa Aguilera	Sebastián García - AtlanttiCO
Bogotá	Relacionamiento con Clientes	Plataformas de Gestión de CRM	Sandra Milena Rache Larrota	Jaime Hernán Leiva Ortiz - Fundación Universitaria Cafam Área de extensión
Bogotá	Fundamento de Mercadeo	Uso de IA en Mercadeo y Publicidad	Yara Aillen Roa Aguilera	Sebastián García - AtlanttiCO
Bogotá	Fundamentos de Mercadeo	Alineación de Ventas e inventarios	Yara Aillen Roa Aguilera	Laura Alvarez - Logyca

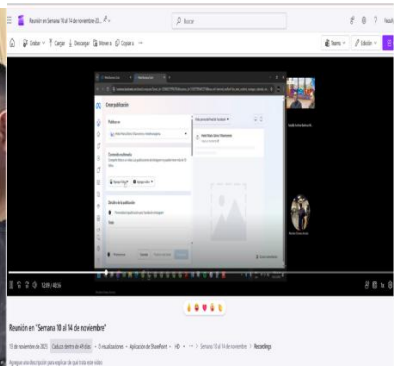
Algunas evidencias Fotográficas:









Los estudiantes obtuvieron información actualizada y pertinente sobre tendencias de IA aplicadas al mercadeo y la publicidad.

1.6 Visitas empresariales

MODALIDAD	VISITA EMPRESARIAL	TÍTULO	DOCENTE A CARGO	EMPRESA
Bogotá	Gestión de la publicidad	Medios de comunicación publicitaria	Leonor Cruz	Corferias SOFA
Bogotá	Relaciones Públicas	Observar y analizar acciones experienciales de Relaciones Públicas en espacios comerciales, hoteleros y gastronómicos del Centro Internacional, evaluando su impacto en la percepción pública y construcción de reputación.	Gustavo Rubiano	Sociedad Hotelera Tequendama S.A. - Fabian Ruíz / Guía turístico / guia1teq@gmail.com

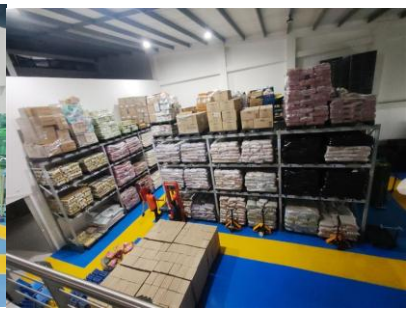
Bogotá	Relaciones Publicas	Posicionamiento de marca	Gustavo Rubiano	Dilan Castro - Ariadna Group Nit Empresa: 860006543
Bogotá	Gestión de la Publicidad	Conocer la dinámica de trabajo de una agencia de medios	Cesar Atehortua	PHD - Nicolás Velandia - Ariadna
Bogotá	Mercadeo De Servicios y Investigación de mercado	Levantamiento de información sobre producto, servicios, cliente, ambientación y otros temas relacionados.	Cesar Atehortua Jennifer Florez Florez	LA REBECA - FERNANDO GANDARA
Bogotá	Fundamento de Mercadeo y Relacionamiento con Clientes	Gestión logística aplicada al mercadeo	Yara Aillen Roa Aguilera	Logyca Lab

Algunas evidencias fotográficas:









2. Diseño (nuevos). Instrumentos de diseño micro curricular. Syllabus, Planeaciones Didácticas e Instrumentos de evaluación asegurados en Micro currículo (presencial / virtual) y/o carpeta del programa – área.

Syllabus

Nombre de curso	Modalidad	Docente responsable
Gerencia de Marketing	Virtual	Priscila Amín
Relacionamiento con clientes	Presencial	Sandra Rache
Planeación didáctica de Medios	Presencial	Faizully Andrea Barbosa
Medios y Presupuesto	Presencial	Faizully Barbosa
Analítica de Marketing	Virtual	Sandra Rache / Carolina Vaca / Yara Roa
Seminario de Grado - Especializaciones	Virtual	Yara Roa

3. Curso Impacto Maker – participación estudiantes y docentes del Programa

Durante el segundo semestre de 2025-2, la Escuela de Negocios de UCompensar fortaleció su apuesta por la innovación educativa mediante la capacitación de docentes en la metodología GenIA de Impacto Maker, orientada a integrar inteligencia artificial, pensamiento estratégico y aprendizaje experiencial en el aula.

En este periodo, estudiantes del programa participaron activamente en el proceso formativo, completando satisfactoriamente el curso y aplicando los conocimientos adquiridos en diversos espacios académicos, especialmente a través del Proyecto de Aula (PA). La metodología permitió que los estudiantes incorporaran diferentes inteligencias — analítica, creativa, estratégica y tecnológica— en función del desarrollo de sus proyectos, potenciando la toma de decisiones, la resolución de problemas y la generación de soluciones con impacto real.

Como resultado de este proceso, más de 50 estudiantes fueron certificados en la metodología GenIA, consolidando competencias en innovación, uso estratégico de IA y construcción de proyectos con enfoque aplicado.








De manera complementaria, los docentes participaron en el curso Mentor Maker Destacado 2025, a nivel nacional, donde una docente de UCompensar fue escogida por Atlanttico en un evento en línea. Esta participación incluyó una inmersión presencial de dos días, realizada el 2 y 3 de diciembre, espacio en el que se fortalecieron alianzas estratégicas, se compartieron experiencias significativas y se consolidó una red colaborativa entre los mentores seleccionados del país.

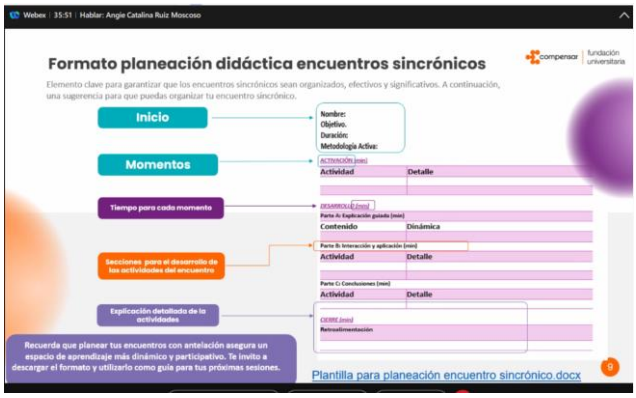




Este proceso reafirma el compromiso institucional con la formación de alto impacto, la innovación pedagógica y la articulación entre academia, tecnología y transformación social.

4. Participación Taller encuentros sincrónicos efectivos (Sandra Rache - Faizully Barbosa)

Durante el segundo semestre 2025-2, las docentes Sandra Rache Larrota, Faizully Barbosa y Yara Roa participaron activamente en los talleres sobre Encuentros Sincrónicos Efectivos, espacios de fortalecimiento pedagógico orientados a optimizar la experiencia de aprendizaje en modalidad virtual. En estas jornadas se destacaron por la calidad de sus aportes, el enfoque estratégico en la dinamización de clases y la socialización de buenas prácticas relacionadas con metodologías activas, uso intencional de herramientas digitales e integración de IA en tiempo real. Su participación no solo enriqueció la sesión con experiencias aplicadas desde el aula, sino que también aportó referentes concretos para mejorar la interacción, el engagement estudiantil y la efectividad comunicativa en los entornos virtuales de aprendizaje.



Fuente: Planeación didáctica_Encuentros sincrónicos_DEV

5. Programa Sin filtro emisora UCompensar Stereo

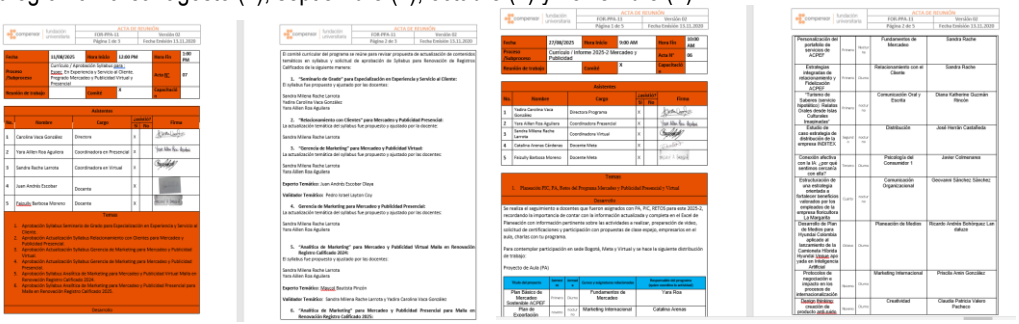
Durante el semestre 2025-2, el programa **"Sin Filtro: Marketing en Carne Viva"** se consolidó como un espacio académico y estratégico de conversación crítica sobre marketing, publicidad, innovación y tendencias digitales. Más que un formato radial o de entrevista, el programa se posicionó como un laboratorio de análisis aplicado, donde se desmenuzan campañas, marcas y modelos de negocio para comprender qué hay detrás de cada estrategia, decisión creativa y resultado en el mercado.

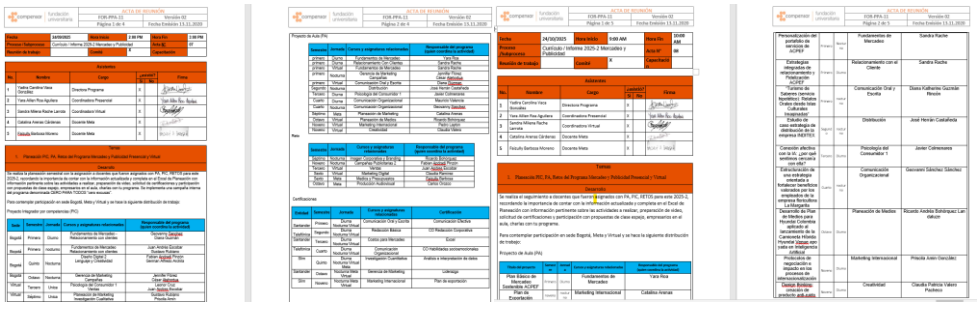
A través de la participación de invitados especiales —docentes, emprendedores y expertos del sector— el programa permitió conectar la teoría con la práctica, abordando temáticas como economía conductual, inteligencia artificial aplicada al marketing, plataformas digitales, branding y comportamiento del consumidor. Cada episodio se construyó con un enfoque reflexivo, pero accesible, permitiendo que estudiantes y comunidad académica comprendieran el marketing no como una fórmula superficial, sino como una disciplina estratégica que impacta decisiones, culturas y mercados.

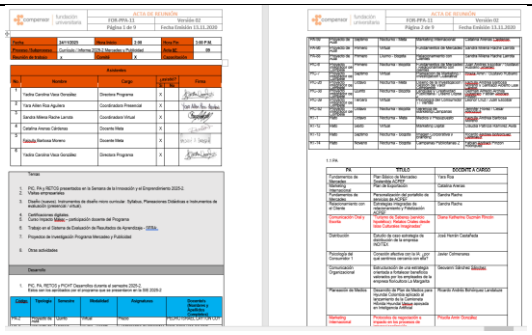


"Sin Filtro" también se convirtió en un puente entre aula y realidad empresarial, fortaleciendo el pensamiento crítico de los estudiantes y promoviendo el análisis profundo de casos reales. Su narrativa directa, cuestionadora y sin adornos reafirma el propósito del programa: entender que el marketing no se maquilla… se analiza, se cuestiona y se construye con visión.

6. Actas Comité Curricular de programa. Evidencia de actas firmada y asegurada en Meso currículo y/o carpeta del programa - área: agosto (2), septiembre (1), octubre (1) y noviembre (1).







7. **Certificaciones digitales**. Número de estudiantes que accedieron a cada certificación. Actualizar información en documento de Excel -en línea-. Constancias (diploma) aseguradas en carpeta de mesocurriculo y/o repositorios de programa o área.

Sede	Entidad	Nombre certificación	Horas	No. Estudiantes
Meta	Conecta Empleo	Growth Hacking	30	1
Meta	HubSpot	Certificado SEO	No refiere	4
Bogotá	Santander Open Academic	Comunicación efectiva	8	21
Bogotá	Conecta empleo	Redacción Corporativa	30	34
Bogotá	Conecta Empleo	Habilidades socioemocionales		8
Bogotá	Fundación Carlos Slim	Crea la propuesta de valor para tu negocio	36	22
Bogotá	Conecta Empleo	Administración y atención al cliente	20	12
Bogotá	HubSpot	Certificado SEO		22
Bogotá	Santander Open Academic	Copilot	8	10
Bogotá	Santander Open Academic	Introducción al comportamiento del consumidor	8	24
Bogotá	Conecta Empleo	Neuromarketing	25	15
Bogotá	Conecta Empleo	Redacción Corporativa	30	18
Bogotá	Santander Open Academic	Comunicación efectiva	8	13
Bogotá	Santander Open Academic	Liderazgo	8	9
Bogotá	Conecta Empleo	Habilidades socioemocionales		13
Bogotá	Estrategia Pais y Atlanttico	Bootcam Impacto Maker	8	5
Bogotá	Conecta Empleo	Administración y atención al cliente	20	11
Bogotá	Conecta Empleo	Principios Básicos de Big Data	20	5
Bogotá	Santander Open Academic	Excel	8	15
Bogotá	Santander Open Academic	Excel	8	12
Bogotá	Estrategia Pais y Atlanttico	Curso Impacto Maker	20	5
Bogotá	Conecta Empleo	Aprende a desarrollar un plan Digital de Comunicación	30	6
Bogotá	Estrategia Pais y Atlanttico	Curso Impacto Maker	20	24
Bogotá	Fundación Carlos Slim	Crea la propuesta de valor para tu negocio	36	24
Bogotá	Estrategia Pais y Atlanttico	Curso Impacto Maker	20	24
Meta	Estrategia Pais y Atlanttico	Curso Impacto Maker	20	3
Virtual	Conecta Empleo	Principios Básicos de Big Data	20	2
Virtual	Santander Open Academic	Comunicación Efectiva	8	22

Virtual	Santander Open Academic	Comunicación Efectiva	8	15
Virtual	Santander Open Academic	Liderazgo	8	32
Virtual	Santander Open Academic	Liderazgo	8	3
Virtual	Santander Open Academic	Copilot	8	3
Virtual	Santander Open Academic	Copilot	8	8
Virtual	Conecta Empleo	Principios Básicos de Big Data	20	8
Virtual	Conecta Empleo	Aprende a desarrollar un plan Digital de Comunicación	30	11
Virtual	Fundación Carlos Slim	Crea la propuesta de valor para tu negocio	36	22

Cuadro resumen de certificaciones:

Sede	# cursos	# certificados
Bogotá	23	352
Meta	3	8
Virtual	10	126
Total	**36**	**486**

Certificaciones recibidas por los docentes

Certificado Mentores Maker	
Sede	**Nombres**
Meta	Catalina Arenas Cardenas
Bogotá	German Archila
Bogotá	Priscila Amin
Meta	Faizully Barbosa
Bogotá	Gustavo Rubiano

ICDL Certificate – ICDL Americas	
Sede	**Nombres**
Bogotá	Sandra Milena Rache Larrota Gustavo Adolfo Rubiano Yara Aillen Roa Aguilera

Otros certificados docentes

Sede	Docente	Entidad	Nombre certificación	Horas
Meta	Catalina Arenas	Conecta Empleo	Crea tu Podcast Profesional desde cero.	30
Meta	Faizully Barbosa	UCompensar	Campus 360: descubre, aprende y transforma.	3
Bogotá	Yara Roa	UCompensar	Campus 360: descubre, aprende y transforma.	3

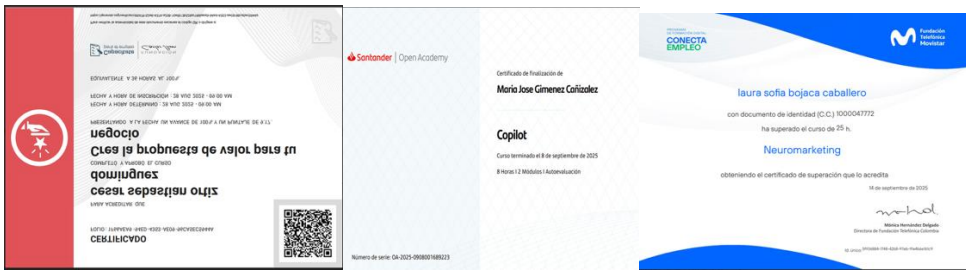
Bogotá	Leonor Cruz	Santander Open Academy	Introducción al comportamiento del consumidor	8
Virtual	Sandra Rache	UCompensar	Colaborate online international learning	20
Virtual	Sandra Rache	UCompensar	Explorando Webex: Guía básica para docente-tutor	1
Virtual	Yara Roa	UCompensar	Explorando Webex: Guía básica para docente-tutor	1
Meta	Tatiana Perico	UCompensar	Campus 360: descubre, aprende y transforma.	3
Virtual	Tatiana Perico	UCompensar	Explorando Webex: Guía básica para docente-tutor	1
Bogotá	Yara Roa	Fundación Carlos Slim	Crea la propuesta de valor para tu negocio	36

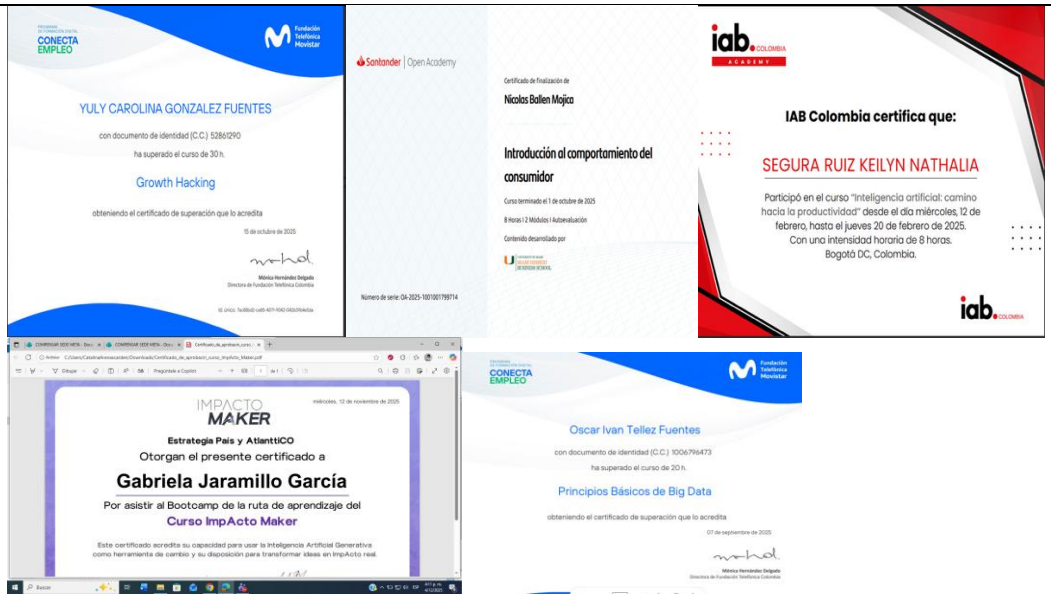
Consolidado certificaciones docentes:

Sede	# cursos	# certificaciones
Bogotá	5	9
Meta	3	5
Virtual	2	4
Total	**10**	**18**

Algunas evidencias sobre las certificaciones:

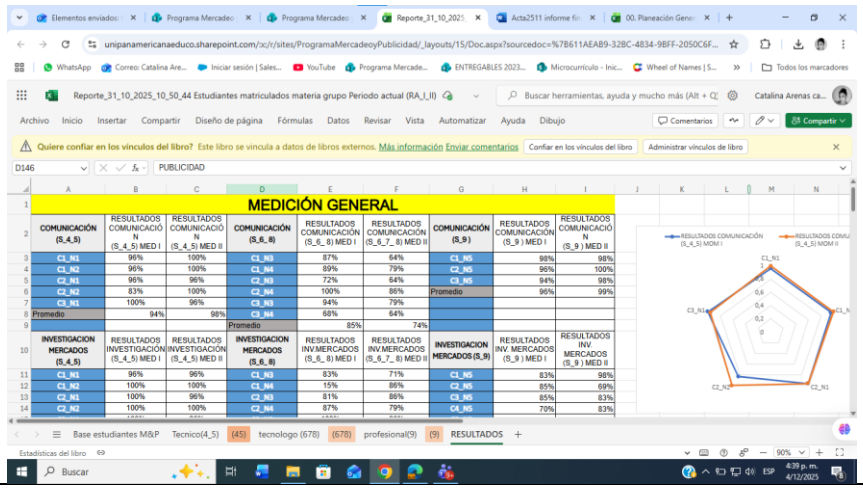


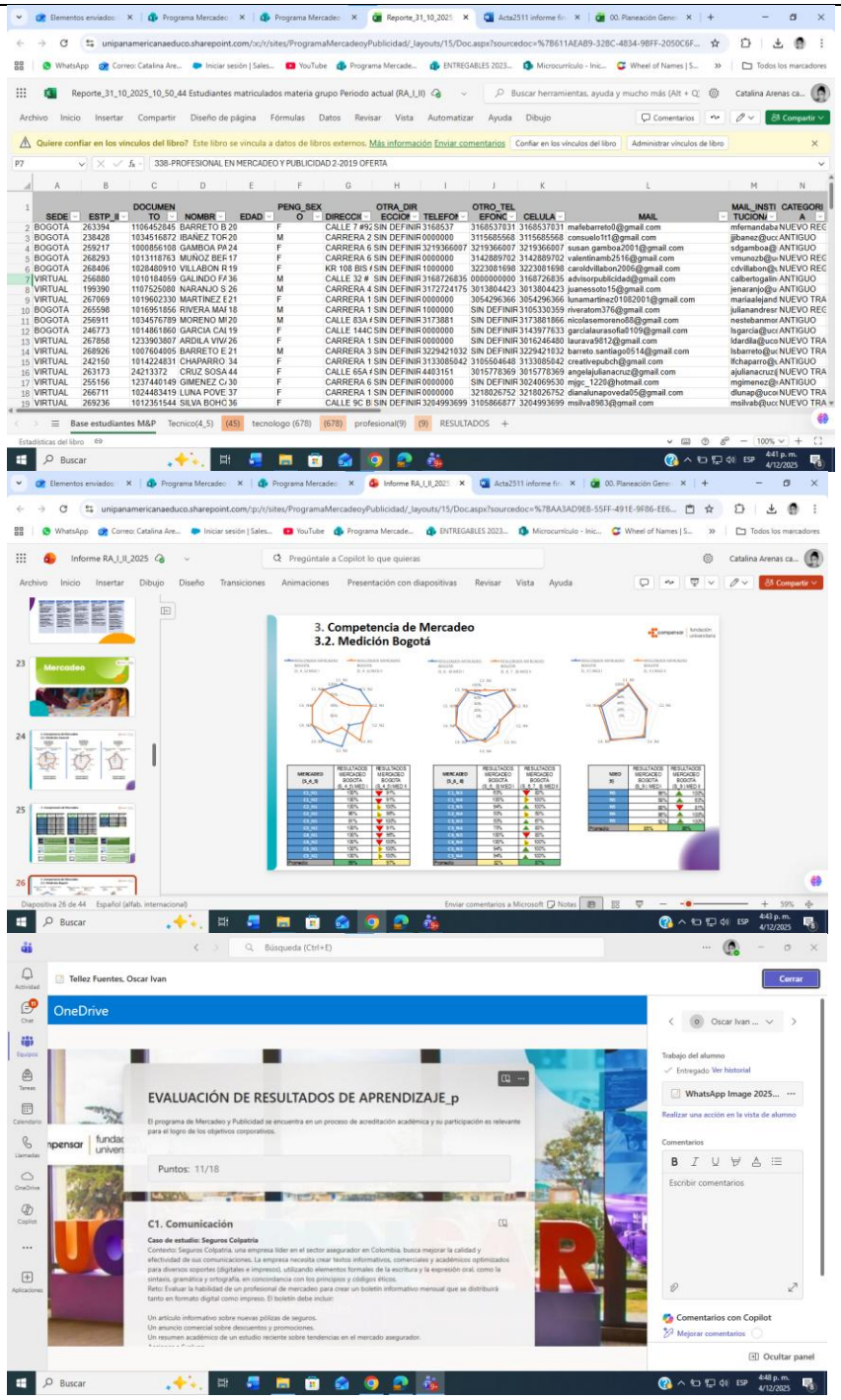




8. Trabajo en el Sistema de Evaluación de Resultados de Aprendizaje - SERA: Descripción de actividades y productos. Asegurar información en la carpeta institucional.

   Se aplican dos mediciones una para el periodo A en los tres ciclos propedéuticos se realiza análisis de ERA con acciones de mejora. Se planea otra medición en el periodo B en los tres ciclos para realizar comparativo de los dos semestres en el año. Se dejan informes en la carpeta. Esto se aplicó a todas las modalidades del programa Presencial, Virtual, Meta.





Como conclusión, la presentación evidencia el avance en el cumplimiento de los Resultados de Aprendizaje (RA I y RA II) diferenciados por sede y modalidad —Presencial Bogotá, Presencial Meta y Modalidad Virtual—, demostrando coherencia entre el diseño curricular, su implementación y los logros alcanzados durante el período académico.

En **Presencial Bogotá**, se fortalecen los resultados asociados a la aplicación estratégica del conocimiento en escenarios reales, la argumentación de propuestas de marketing y publicidad, el trabajo colaborativo y la participación en eventos

académicos y empresariales, lo que evidencia el desarrollo de competencias analíticas, creativas y de toma de decisiones en contextos dinámicos del sector.

En **Presencial Meta**, se observa el fortalecimiento de competencias en formulación de estrategias adaptadas a contextos regionales, análisis del entorno empresarial local y desarrollo de proyectos con enfoque territorial, contribuyendo al logro de resultados relacionados con pertinencia, impacto social y articulación con el sector productivo del departamento.

En la **Modalidad Virtual**, se consolidan resultados vinculados con la autonomía en el aprendizaje, el uso estratégico de herramientas digitales, la investigación aplicada y la comunicación efectiva en entornos mediados por TIC, garantizando el cumplimiento de los resultados de aprendizaje mediante metodologías flexibles y seguimiento académico estructurado.

En conjunto, los avances por sede y modalidad reflejan pertinencia, coherencia curricular y mejora continua, asegurando el desarrollo integral del perfil de egreso del programa frente a las exigencias del entorno empresarial y digital contemporáneo.

9. Proyectos de Investigación Programa Mercadeo y Publicidad

Proyectos de investigación

Proyecto Estrategias de Sostenibilidad en la Cadena de Valor en las iniciativas. Estudio de caso Pacto de Productividad – ACPEF – Como investigadora Principal: Yara Aillen Roa Aguilera; Coinvestigadores: Sandra Milena Rache Larrota; Vanesa Alexandra Borda Cruz; Faizully Andrea Barbosa Moreno; Lizeth Tatiana Perico Rivera; María Alejandra Castañeda; Ballesteros; Luis Fernando Mondragón Méndez.

Proyecto avalado y finalizado, consolida una propuesta aplicada de alto impacto, orientada al diseño de un modelo ASG replicable que integra sostenibilidad, analítica de datos, inteligencia artificial y marketing con propósito. El proyecto alcanza un nivel de madurez TRL 4, con una ejecución física y financiera del 100 %, y evidencia resultados concretos como la construcción de un dashboard POC de analítica institucional, la producción académica (artículos sometidos, certificaciones en innovación), la generación de ponencias nacionales e internacionales, la participación en redes académicas como AWANA, y el desarrollo de productos de apropiación social del conocimiento, incluyendo podcasts y espacios de divulgación como Sin Filtro. En términos de transferibilidad, el modelo fortalece la sostenibilidad financiera y operativa de organizaciones del tercer sector mediante decisiones basadas en datos, estandarización de procesos y uso de herramientas analíticas accesibles. Finalmente, las lecciones aprendidas destacan la importancia de contar con datos estructurados, la articulación Universidad–Empresa–Comunidad y la preparación en demanda y gobernanza de datos como condiciones clave para implementar con éxito modelos ASG en contextos organizacionales de baja y media madurez digital.

Ponencia destacada



Este proyecto, se presentó recibiendo la constancia donde se reconoce la **ponencia destacada** presentada por las investigadoras **Yara Aillen Roa Aguilera y Sandra Milena Rache Larrota**, de la Fundación Universitaria Compensar, en el marco del **V Encuentro Internacional de Investigación en Mercadeo RAIM y III Encuentro de Grupos y Semilleros de Investigación ASCOLFA 2025**. Su participación con el proyecto *"Marketing Sostenible y Modelos de Negocio ASG en Organizaciones sin Ánimo de Lucro: Caso ACPEF como Estrategia de Valor"* evidenció un aporte significativo al análisis de

modelos sostenibles con enfoque ASG, destacando la articulación entre investigación aplicada, impacto social y gestión estratégica. Esta intervención reafirma el liderazgo académico de las investigadoras en la generación de conocimiento orientado a la innovación, la sostenibilidad y la transformación organizacional en contextos reales.

Proyecto Circuito imago - Como investigador Principal: Germán Alfredo Archila Gutiérrez; Coinvestigadores: Mónica Vilá González; Claudia Patricia Valero Pacheco; Yadira Carolina Vaca González; Jenny Marcela Cardona Bayona. Es de aclarar que las dos últimas investigadoras NO cuentan con horas para investigación.

En conjunto, el proyecto permitió generar aprendizajes significativos a partir del trabajo investigativo desarrollado, fortaleciendo el trabajo colaborativo entre docentes y promoviendo el intercambio de saberes y experiencias académicas. Así mismo, aportó insumos relevantes para la reflexión académica, la mejora de las prácticas pedagógicas y la consolidación de líneas de investigación afines, contribuyendo de manera directa a la proyección investigativa del programa y al fortalecimiento de su enfoque formativo y académico.

Proyecto Diseño de un modelo de negocio para el desarrollo de insumos innovadores derivados del proceso de reciclaje de llantas en Villavicencio Meta: fortaleciendo la eficiencia de la cadena de valor. Coinvestigadora: Claudia Patricia Ramírez. Permitió generar aprendizajes significativos en torno a la sostenibilidad, la economía circular y la innovación aplicada a contextos productivos locales. El proyecto fortaleció el trabajo colaborativo entre docentes, en el que se destaca la participación de la coinvestigadora Claudia Patricia Ramírez, y aportó insumos relevantes para la reflexión académica y la proyección investigativa del programa, especialmente en temas de modelos de negocio sostenibles, optimización de la cadena de valor y articulación entre academia, territorio y sector productivo.


Otorgan la presente
CONSTANCIA
RAIM
ASCOLFA

La participación como ponentes en el **V Encuentro Internacional de Investigación en Mercadeo RAIM y III Encuentro de Grupos y Semilleros de Investigación ASCOLFA 2025**, en la línea temática *Tendencias del marketing y la gestión de negocios: Innovación, tecnología, Nuevas industrias y Consumidores*. En este escenario académico de alcance nacional e internacional, investigadores de la Fundación Universitaria Compensar socializaron el proyecto **"Diseño de un modelo de negocio para el desarrollo de insumos innovadores derivados del proceso de reciclaje de llantas en Villavicencio Meta: Fortaleciendo la eficiencia de la cadena de valor"**, destacando el aporte de la investigación aplicada al fortalecimiento de modelos sostenibles, economía circular y transformación productiva regional. Esta participación reafirma el compromiso institucional con la generación y transferencia de conocimiento con impacto social y empresarial.

Semana de Innovación Batle Slam

En el marco de la Semana de Innovación, los docentes Yara Roa y Germán Archila representaron a la Escuela de Negocios en el Battle Slam de Investigación, un espacio académico orientado a la divulgación dinámica y estratégica de proyectos investigativos. Su participación evidenció la solidez conceptual, la pertinencia y la coherencia de las iniciativas presentadas, alineadas con los ejes de innovación, sostenibilidad y transformación empresarial. Como resultado, Yara Roa obtuvo el tercer lugar y Germán Archila el cuarto puesto, destacándose entre los participantes por la claridad en la exposición, el impacto de sus propuestas y la articulación entre investigación aplicada y entorno productivo, fortaleciendo así el posicionamiento académico de la Escuela de Negocios en escenarios institucionales de alto nivel.



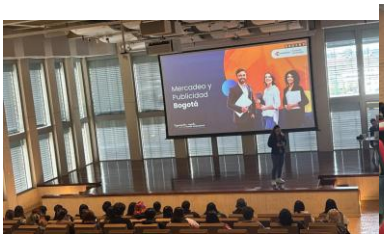
Docentes del Programa en la Semana de Innovación

10. Comité Técnico de Normalización - VIRTUAL - Elaboración (revisión/aprobación nombres de NSCL PAE 2025) Se convoca a reunión para socializar y validar los nombres finales de las Normas Sectoriales de Competencia Laboral -NSCL PAE 2025

En el segundo semestre de 2025, la docente Yara Aillen Roa Aguilera participó activamente en el Comité Técnico de Normalización – modalidad virtual, convocado por la Mesa Sectorial de Mercadeo, con el propósito de socializar, revisar y validar los nombres finales de las Normas Sectoriales de Competencia Laboral (NSCL) PAE 2025. La sesión, desarrollada en el horario de 9:00 a.m. a 9:30 a.m., permitió aportar desde la perspectiva académica y disciplinar del programa de Mercadeo y Publicidad, contribuyendo a la actualización y pertinencia de los estándares de competencia laboral alineados con las necesidades actuales del sector productivo y las dinámicas del mercado. Esta participación reafirma el compromiso institucional con la calidad, la articulación academia–empresa y el fortalecimiento del talento humano en el ámbito del mercadeo.

11. Registro calificado (si aplica) Descripción de actividades y productos.

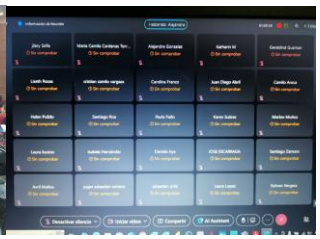
Para el período **2025-2**, en el marco del proceso de **Registro Calificado**, se desarrollaron y consolidaron actividades estratégicas orientadas al fortalecimiento académico y la pertinencia del Programa de Mercadeo y Publicidad en modalidad presencial. Entre las acciones más relevantes se destacan las **validaciones participativas con estudiantes, docentes, empresarios y egresados**, espacios que permitieron contrastar la propuesta curricular con las necesidades del entorno productivo y las expectativas del sector. Como resultado de este ejercicio colaborativo y de mejora continua, se culminó el **Documento Maestro del programa**, integrando ajustes curriculares, actualización de competencias, alineación con referentes nacionales e internacionales y evidencias de calidad académica, garantizando coherencia con los lineamientos del Ministerio de Educación Nacional y los estándares institucionales.



Socialización estudiantes día



Socialización estudiantes Noche



Socialización egresados


Socialización con empresarios


Socialización con docentes

Resumen de las validaciones

1. Validación con Estudiantes

Fuente: *RRC MYP Bogotá Validación Encuestas Estudiantes*

La validación con estudiantes (126 participantes de jornada diurna y nocturna) evidenció una **alta percepción de pertinencia del perfil de egreso, las competencias y la malla curricular**.

- Más del 80% considera que el perfil profesional es **necesario o imprescindible**, tanto en el escenario actual como futuro.
- Las competencias de **mercadeo, publicidad, comunicación e investigación** fueron valoradas mayoritariamente como imprescindibles, destacando su alineación con tendencias digitales, análisis de datos e inteligencia artificial.
- La malla curricular obtuvo altos niveles de favorabilidad en coherencia, actualización tecnológica, articulación teoría-práctica y conexión con el sector productivo.
- Se reconoce la incorporación de herramientas digitales y el fortalecimiento de habilidades blandas como liderazgo, trabajo en equipo y adaptabilidad.

En general, los estudiantes validan que el programa responde a las necesidades del mercado laboral actual y proyectado.

2. Validación con Empresarios

Fuente: *RRC MYP Bogotá Validación Encuestas Empresarios*

Participaron 10 representantes del sector productivo (empresas como ETB, IAB Colombia, Publicis Groupe, Banco de Alimentos, entre otras).

- El 90% considera que los perfiles propuestos responden a las necesidades actuales y futuras del mercado.
- Las competencias disciplinares fueron valoradas entre necesarias e imprescindibles, con especial énfasis en **analítica de datos, marketing estratégico, campañas publicitarias y comunicación multicanal**.
- Se destacó positivamente la incorporación de **IA, Power BI, analítica y tecnologías emergentes**, aunque sugieren fortalecer habilidades financieras y profundizar en inteligencia de datos.
- La malla curricular fue bien valorada en coherencia, secuencialidad y componente práctico (91,7% alta valoración en aplicación práctica).
- Se resaltó la importancia estratégica del **dominio del inglés** como competencia clave para la competitividad internacional.

Los empresarios validan la pertinencia del programa y reconocen su alineación con estándares nacionales e internacionales.

3. Validación con Egresados

Fuente: *RRC MYP Bogotá Validación Encuestas Egresados*

Participaron egresados vinculados a empresas como Publicis Groupe, ZTE, Tramontina y otras organizaciones del sector comercial, servicios y manufactura.

- Existe una percepción favorable del perfil profesional, concentrada en las escalas de necesario e imprescindible.
- Las competencias en marketing estratégico, publicidad, comunicación digital e investigación aplicada fueron valoradas positivamente, especialmente en su aplicabilidad real en el entorno laboral.
- Se reconoce la pertinencia de la malla curricular, su conexión con el sector productivo y la incorporación de herramientas digitales.
- Se sugiere revisar y fortalecer el estudio profundo de tendencias futuras y el dominio de segunda lengua.
- La totalidad considera que la integración interdisciplinar es alta y coherente con las exigencias del mercado.

Los egresados validan que la formación recibida les ha permitido desempeñarse en cargos estratégicos y de liderazgo.

4. Validación con Docentes

Fuente: *RRC MYP Bogotá Validación Encuestas Docentes*

Participaron 16 docentes del programa, quienes validaron la propuesta curricular desde una perspectiva académica y disciplinar.

- Más del 88% considera el perfil profesional como imprescindible.
- Las competencias fueron valoradas casi en su totalidad como imprescindibles, especialmente en marketing estratégico, publicidad, comunicación digital e investigación.
- El 100% valida la coherencia y secuencialidad de la malla curricular.
- Se destaca el fortalecimiento del componente digital, analítica de datos y tecnologías emergentes.
- Se reconoce la pertinencia del componente práctico, la internacionalización y la flexibilidad curricular.
- Se sugiere revisar el porcentaje de docentes que considera que el perfil aún puede ajustarse más a necesidades empresariales futuras (31% en desacuerdo parcial).

En síntesis, los docentes ratifican la coherencia académica y la calidad estructural de la nueva propuesta curricular.

De manera integral, los cuatro actores coinciden en que el programa de Mercadeo y Publicidad modalidad presencial presenta:

- Alta pertinencia disciplinar
- Coherencia entre perfil, competencias y malla curricular
- Alineación con tendencias digitales y analítica de datos
- Fortalecimiento del componente práctico y tecnológico
- Enfoque en empleabilidad y competitividad internacional

Las recomendaciones se orientan principalmente a profundizar en inteligencia de datos, segunda lengua y fortalecimiento financiero estratégico, aspectos que pueden integrarse como oportunidades de mejora continua en el Documento Maestro 2025-2. Dicho documento fue entregado al Ministerio de Educación en el mes de diciembre de 2025.

12. Otras actividades

Asignación de gestor de permanencia virtual para seguimiento académico de estudiantes de 1 a 4 semestre en la modalidad virtual – Reuniones quincenales.

En el marco de las estrategias de fortalecimiento de la permanencia estudiantil en la modalidad virtual, el programa recibió la **asignación de un gestor de permanencia virtual** para el acompañamiento a estudiantes de 1° a 4° semestre. Este proceso contempla **reuniones quincenales de seguimiento**, espacios orientados a revisar avances académicos, resolver inquietudes sobre el uso de la plataforma, orientar en la organización del tiempo y brindar apoyo oportuno ante posibles dificultades. Esta acción ha permitido generar mayor cercanía con los estudiantes, mejorar la comunicación institucional y fortalecer el acompañamiento preventivo como parte del compromiso del programa con la permanencia y el bienestar académico en la modalidad virtual.

Firma convenio Areandina – Ucompensar

En el período 2025-2 se consolidó la firma del convenio interinstitucional entre UCompensar y Areandina, como una apuesta estratégica para fortalecer la articulación académica, la movilidad estudiantil y docente, y el desarrollo conjunto de proyectos de investigación y extensión. Este acuerdo permite ampliar las oportunidades de formación, intercambio de buenas prácticas y generación de redes académicas, impactando positivamente la calidad del programa de Mercadeo y Publicidad y su proyección nacional.

Participación Torneo Comapany Game

El docente Pedro Layton lideró la participación del programa en el Torneo Company Game, espacio de simulación empresarial que permitió a los estudiantes aplicar conocimientos estratégicos en escenarios reales de toma de decisiones. Esta experiencia fortaleció competencias en análisis financiero, estrategia de mercado, liderazgo y pensamiento crítico, consolidando el aprendizaje experiencial como eje diferenciador del programa y promoviendo la integración entre teoría y práctica.

Promoción especializaciones

Durante el período 2025-2, con el liderazgo del docente Cesar Atehotúa, se desarrollaron acciones estratégicas de promoción de las especializaciones afines al programa, orientadas a fortalecer la continuidad académica de los estudiantes y egresados. A través de jornadas informativas, espacios sincrónicos, acompañamiento personalizado y articulación con docentes, se visibilizó la oferta de posgrados en áreas estratégicas, incentivando la proyección profesional y el desarrollo de trayectorias formativas de mayor nivel.

Plan de internacionalización

Bajo el liderazgo del docente Fabián Pinzón, se avanzó en la estructuración del Plan de Internacionalización del programa, orientado a fortalecer las diferentes actividades, la incorporación de referentes internacionales y la movilidad académica. Este plan contempla alianzas estratégicas, clases espejo, COIL, participación en redes académicas y la incorporación de estándares internacionales en el currículo, consolidando una visión global del Mercadeo y la Publicidad acorde con las dinámicas del mercado contemporáneo.

Autoevalaución

En el marco del proceso de renovación del Registro Calificado, se desarrolló el ejercicio de autoevaluación liderado por Yara Roa, con el propósito de analizar el cumplimiento de las condiciones de calidad, identificar fortalezas y establecer oportunidades de mejora. Este proceso incluyó la revisión de indicadores académicos, resultados de aprendizaje, permanencia estudiantil, pertinencia curricular y articulación con el sector productivo, consolidando insumos clave para el mejoramiento continuo del programa.

Participación de estudiantes Feel Lab

Los estudiantes del programa participaron activamente en el Feel Lab, liderado por el docente Cesar Atehortúa y acompañado por la docente Yara Roa, espacio experiencial orientado a la creatividad, innovación y desarrollo de proyectos aplicados. Esta experiencia permitió fortalecer competencias en co-creación, pensamiento estratégico, diseño de soluciones y trabajo colaborativo, consolidando el enfoque práctico del programa y promoviendo escenarios de aprendizaje dinámicos alineados con las tendencias del marketing y la publicidad.



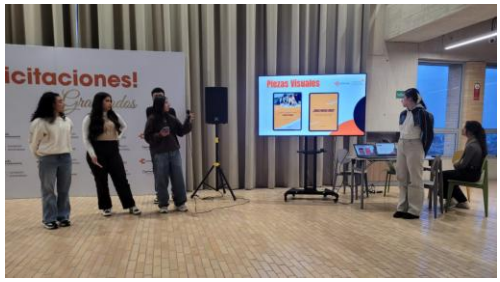
Presentación del taller para Mercadeo y Publicidad



Presentación del primer cliente tetra pack



Premiación equipo ganador primera jornada



Equipo ganador segunda jornada


Participantes de la jornada

Premios UCompartir

Los Premios UCompartir 2025, liderado por Fabián Pinzón y Germán Archila, permitieron que estos premios se consolidaron como un escenario estratégico de reconocimiento al talento, la creatividad y la excelencia académica de los estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad de la Fundación Universitaria Compensar. Este evento destacó las mejores propuestas en categorías como mejor spot, pieza gráfica, activación performance, campaña y producción sonora, evidenciando el alto nivel de competencia técnica, conceptual y estratégica de los participantes. Más que una premiación, UCompartir se convirtió en una experiencia formativa que integra evaluación, visibilidad y conexión con el entorno profesional, fortaleciendo el aprendizaje experiencial, el trabajo en equipo y la proyección del talento estudiantil hacia escenarios reales del sector creativo y empresarial.






Evento ecommerce fest

En el marco de las estrategias de fortalecimiento curricular y aprendizaje experiencial, se contó con el valioso acompañamiento de los docentes Claudia Patricia Ramírez, César Atehortua Rendón y Jennifer Flórez durante dos jornadas académicas intensivas en el evento eCommerce Fest, realizado en el Hotel Gran Hyatt. En este espacio, los estudiantes de quinto semestre de la jornada diurna del programa de Mercadeo y Publicidad representaron a la institución con un desempeño destacado, evidenciando competencias en análisis estratégico, comercio electrónico y toma de decisiones en entornos reales. La participación se desarrolló de manera articulada con estudiantes de Finanzas y Negocios Internacionales de la Escuela de Negocios, lo que permitió un ejercicio interdisciplinar que culminó con la ejecución de dos actividades académicas aplicadas, obteniendo resultados relevantes y aprendizajes significativos para el fortalecimiento del currículo y la conexión con el sector empresarial.



Estudiantes de la Escuela de Negocios y del Programa de Mercadeo y Publicidad

eCommerce Fest 2025

En el marco del fortalecimiento del componente investigativo y del aprendizaje basado en retos, el grupo de Investigación de Mercados liderado por la docente Claudia Patricia Ramirez, participó en el eCommerce Fest 2025, integrándose activamente en las dos jornadas del evento, particularmente en la Hackathon académica. Esta experiencia permitió a los estudiantes

aplicar metodologías de análisis de datos, interpretación de información de mercado y formulación de propuestas estratégicas en escenarios reales del ecosistema digital. La participación evidenció el desarrollo de competencias en investigación aplicada, pensamiento crítico, trabajo colaborativo y toma de decisiones estratégicas, aportando de manera significativa al cumplimiento de los resultados de aprendizaje del programa y consolidando la articulación entre currículo, investigación y entorno empresarial.



Participación estudiantes de Mercadeo y publicidad

Brandofono - ECCI

En el marco de la proyección académica y la participación en escenarios interinstitucionales, estudiantes del programa de Mercadeo y Publicidad participaron en el evento Brandofono de la Universidad ECCI, donde lograron posicionarse como finalistas entre diversas instituciones participantes. Aunque no obtuvieron el primer lugar, su desempeño evidenció el talento, la creatividad, el rigor conceptual y la disciplina que caracteriza a los estudiantes de UCompensar. Esta experiencia fortaleció competencias en construcción de marca, pensamiento estratégico y trabajo en equipo, consolidando la presencia del programa en espacios académicos de alto nivel y reafirmando la calidad formativa que distingue a la Escuela de Negocios y al Programa Mercadeo y Publicidad.



Estudiantes del programa representando a UCompensar

Compromisos de la reunión			
Descripción	**Responsable**	**Fecha de entrega**	**Seguimiento**
Elaboración acta	Yara Roa	28 febrero 2026	

Acuerdos

Necesidades de comunicación	
Descripción	**Dirigido a**