

HALLAZGOS REVISIÓN DI PROGRAMA COMPLEMENTARIA “ANALÍTICA DE CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES”_62360024_1_VIRTUAL_1

Revisado por: Adriana 14/07/2026

Reporte de hallazgos:

Revisión de ajustes:

Aprobación:

Observaciones generales

-
-

1. Diseño curricular

1.1. Observaciones

1.1.1. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se deben unificar los campos resaltados.

Ruta: borrador- Sofia

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN					
CÓDIGO DEL PROGRAMA O BLOQUE FORMATIVO OCUPACIONAL / VERSIÓN	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA O BLOQUE FORMATIVO OCUPACIONAL				
62360024_V1	ANALÍTICA DE CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES				
LÍNEA TECNOLÓGICA	Cliente	RED TECNOLÓGICA	Ventas y Comercialización		
RED DE CONOCIMIENTO	Marketing y Transformación Digital	ÁREA TEMÁTICA	Gestión de Mercados		
TIPO DE FORMACIÓN	Complementaria	FAMILIA	Marketing digital		
	CAP				
	Auxiliar				
	Operario				
	Técnico Laboral				
	Técnico Profesional				
	Tecnólogo				
DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA DEL APRENDIZAJE	MODALIDAD				
	Presencial				
	A Distancia				
Esp. Tecnológica		Virtual		X	
Bloque Formativo Ocupacional					
Lectiva		Productiva		Total	
Créditos		Horas		Créditos	
1		48		1	
				48	

Datos Básicos

Tipo Programa

Complementaria

Linea Tecnológica

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

Red Tecnológica

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES

Estado del programa

Pendiente de aprobación

Versión Programa

1

1.1.2. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se debe unificar el campo “Sector económico al que se asocia el programa”.

Ruta: borrador - Sofia

DURACIÓN MÁXIMA ESTIMADA DEL APRENDIZAJE	Ocupacional						Cumplir con el trámite de registro y matrícula establecido por la institución. Contar con las herramientas de cómputo e internet necesarias para el desarrollo del proceso formativo. Contar con habilidades lecto escritoras y de manejo de herramientas informáticas y de comunicación acordes con el programa	
	Lectiva		Productiva		Total			
	Créditos	Horas	Créditos	Horas	Créditos	Horas		
	1	48			1	48		
TIPO DE CERTIFICACIÓN O TÍTULO	Complementaria virtual		SECTOR ECONÓMICO AL QUE SE ASOCIA EL PROGRAMA		Comercio		Sector económico al que se asocia el programa	
							TRANSVERSAL	
	El programa Analítica de campañas en redes sociales está orientado al desarrollo de competencias para medir, analizar, optimizar y evaluar el desempeño de campañas digitales en						Contenido Programa	

1.1.3. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se debe unificar el campo “Justificación”

Ruta: borrador - Sofia

	digitales.	COMPLEMENTARIA VIRTUAL EN ANALITICA DE CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES.		
JUSTIFICACIÓN DEL PROGRAMA	La transformación digital ha generado cambios significativos en la forma en que las organizaciones interactúan con sus clientes, promocionan productos y servicios, gestionan comunidades virtuales y desarrollan estrategias de comunicación y marketing en entornos digitales. En Colombia y a nivel internacional, las redes sociales se han consolidado como uno de los principales canales de relacionamiento entre empresas y usuarios, generando grandes volúmenes de información que requieren ser interpretados para apoyar la toma de decisiones estratégicas y el mejoramiento continuo de los resultados organizacionales. Actualmente, las empresas demandan talento humano con competencias para medir, analizar y optimizar el desempeño de campañas digitales mediante el uso de métricas, indicadores clave de desempeño (KPI), herramientas analíticas y modelos de evaluación que permitan determinar el impacto de las acciones desarrolladas en plataformas digitales. De igual manera, el crecimiento del comercio electrónico, el marketing digital, la publicidad en redes sociales y la gestión de comunidades virtuales ha incrementado la necesidad de personas capaces de transformar datos en información útil para fortalecer la competitividad y la sostenibilidad de las organizaciones. En este contexto, el programa Analítica de campañas en redes sociales responde a las necesidades del sector productivo mediante el desarrollo de capacidades orientadas a la configuración de métricas, análisis de campañas, optimización de resultados, evaluación de indicadores, construcción de reportes y generación de recomendaciones basadas en evidencia. Estas competencias permiten mejorar la eficiencia de las estrategias digitales y fortalecer los procesos de comunicación y comercialización en diferentes sectores económicos. Como rasgo distintivo, el programa integra conocimientos relacionados con analítica digital, interpretación de métricas, evaluación de rentabilidad mediante indicadores como CTR, CPA y ROI, construcción de	Justificación En la era digital actual, las redes sociales son fundamental en la estrategia de marketing y comunicación de cualquier empresa. La creación y presencia en estos espacios digitales no solo representa visibilidad para las mismas sino, también, un impacto directo en la percepción e interacción con las audiencias. Según Statista (2023), durante el 2022 Colombia se posicionó como el tercer mayor mercado de comercio online de América Latina y se proyecta a alcanzar un crecimiento del 60% entre 2022 y 2027. En Colombia los procesos de transformación digital han venido creciendo mediante la implementación de tecnologías innovadoras. Para el 2022, Colombia se enfocó en la automatización de procedimientos a través de inteligencia artificial, así como en el análisis y segmentación de datos, además de la adopción de soluciones personalizadas en la nube. Webdox (2023). En un entorno digital altamente competitivo, la formación en competencias de análisis de métricas se convierte en un activo estratégico ante la adaptación constante frente a los cambios del mercado. La capacidad de interpretar y optimizar acciones permite a los administradores de comunidades virtuales ajustar sus estrategias y tácticas en tiempo real para asegurarse que sus campañas y su presencia en redes sociales siga siendo efectiva y relevante. De acuerdo con el Think Digital Report (2022), la principal tendencia es el uso de las redes sociales en organizaciones que empiezan su proceso de transformación digital. También señala que las habilidades analíticas están tomando el protagonismo, posicionándose como la tecnología principal que las empresas están implementando para mejorar y fortalecer sus operaciones. Bajo este contexto, la formación complementaria del SENA en “Análisis de campañas en redes sociales” contribuye a capacitar profesionales y empíricos del marketing digital en la interpretación de datos para comprender el rendimiento de sus estrategias		
	na 5 de 14	2673 palabras	SOFIA Plus Versión 9.0.80 Powered by SENA -- © SENA 2018 -- Bogotá - Colombia -- a215;	

1.1.4. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se debe unificar el campo “Estrategia metodológica”, ya que en las palabras resaltadas se presentan diferencias.

Ruta: borrador - Sofia

ESTRATEGIA METODOLÓGICA	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de los procesos formativos en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), integradas en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocritica y la reflexión del aprendiz sobre el quehacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: • El instructor - Tutor • El entorno • Las TIC • El trabajo colaborativo		Estrategia Metodológica Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocritica y la reflexión del aprendiz sobre el quehacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: -El instructor - Tutor -El entorno -Las TIC -El trabajo colaborativo	
			Requisito Adicional Cumplir con el trámite de registro y matrícula establecido por la institución. Contar con las herramientas de cómputo e internet necesarias para el desarrollo del proceso formativo. Contar con habilidades lecto escritoras y de manejo de herramientas informáticas y de comunicación acordes con el programa	

1.1.5. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se debe unificar el campo “Área de ocupación”.

Ruta: borrador - Sofia

trabajan en los departamentos de comunicaciones, publicidad o relaciones públicas de las empresas.			
ÁREA DE OCUPACIÓN	Ocupaciones técnicas en ventas y servicios	Área de Ocupación	
El aspirante debe cumplir los requisitos de ingreso establecidos por las normas y lineamientos institucionales para la formación complementaria virtual.		Tecnologías de información	

1.1.6. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se debe revisar si se unifica el campo “Requisito adicional” y “Requisitos de ingreso” o cada uno es aparte.

Ruta: borrador – Sofia.

REQUISITOS DE INGRESO	El aspirante debe cumplir los requisitos de ingreso establecidos por las normas y lineamientos institucionales para la formación complementaria virtual.	conocimiento: -El instructor - Tutor -El entorno -Las TIC -El trabajo colaborativo
	Demostrar dominio básico en el manejo de herramientas informáticas y de comunicación, tales como correo electrónico, chats, procesadores de texto, software para presentaciones,	Requisito Adicional Cumplir con el trámite de registro y matrícula establecido por la institución. Contar con las herramientas de cómputo e internet necesarias para el desarrollo del proceso formativo. Contar con habilidades lecto escritoras y de manejo de herramientas informáticas y de comunicación acordes con el programa de formación.
Plantilla diseño curricular Programa de Formación Página 6 de 14		Sector económico al que se asocia el programa TRANSVERSAL
navegadores de internet y demás herramientas tecnológicas necesarias para el desarrollo de procesos formativos en ambientes virtuales de aprendizaje. Contar con acceso a un dispositivo tecnológico y conexión a internet para desarrollar las actividades del programa en el ambiente virtual de aprendizaje.		Contenido Programa PENDIENTE
		Área de Ocupación

1.1.7. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se debe unificar el campo "Contenido del programa".

Ruta: borrador - Sofia

CONTENIDO DEL PROGRAMA	Contar con habilidades lecto escritoras y de manejo de herramientas informáticas y de comunicación acordes con el programa
• Estructura de campañas de marketing en redes sociales. • Objetivos comerciales y objetivos de marketing digital. • Métricas e indicadores clave de desempeño (KPI). • Segmentación de audiencias y embudo de conversión. • Configuración y parametrización de campañas en plataformas digitales. • Análisis de campañas orgánicas y pagas.	Sector económico al que se asocia el programa TRANSVERSAL
	Contenido Programa PENDIENTE
	Área de Ocupación Tecnologías de información

CONTENIDO DEL PROGRAMA
• Estructura de campañas de marketing en redes sociales. • Objetivos comerciales y objetivos de marketing digital. • Métricas e indicadores clave de desempeño (KPI). • Segmentación de audiencias y embudo de conversión. • Configuración y parametrización de campañas en plataformas digitales. • Análisis de campañas orgánicas y pagas. • Optimización de métricas y acciones de mejora en tiempo real. • Evaluación de indicadores de rentabilidad digital: CTR, CPA y ROI.
Plantilla diseño curricular Programa de Formación Página 7 de 14
• Construcción de reportes, dashboards e informes ejecutivos. • Ética, privacidad y normatividad aplicada al tratamiento de datos digitales.

1.1.8. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: se recomienda revisar si se puede agregar las siglas RA1, RA2 y RA3.

Ruta:

Resultados de Aprendizaje del Programa de Formación	
Nombre	Etapa
MONITOREAR DESEMPEÑO FINAL DE LA CAMPAÑA Y EFECTIVIDAD DE OPTIMIZACIONES IMPLEMENTADAS DE ACUERDO CON OBJETIVOS PLANTEADOS.	Lectiva
DEFINIR MÉTRICAS SEGÚN TIPOS DE CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES Y OBJETIVOS COMERCIALES DE LA ORGANIZACIÓN.	Lectiva
OPTIMIZAR MÉTRICAS CLAVE DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS COMERCIALES Y DE MARKETING.	Lectiva

[Anterior](#)
[Consultar Detalle Competencia](#)

1.1.9. Recurso: Diseño curricular

Hallazgo: el saber de proceso resaltado en el diseño curricular en Sofia no se encuentra en el borrador. Se debe unificar en el borrador y Sofia.

Ruta: borrador - Sofia

1.1.10. Recurso: Diseño curricular
Hallazgo: se debe revisar si el texto resaltado en el borrador se debe agregar en Sofia en el campo “Experiencia laboral y/o especialización del instructor” o “Competencias del Instructor”.
Ruta:

1.1.11. Recurso: Diseño curricular
Hallazgo:
Ruta:

2.1.1. Recurso: Planeación Pedagógica
Hallazgo: SIN OBSERVACIONES
Ruta:

3. Cronograma

3.1. Observaciones

3.1.1. Recurso: Cronograma

Hallazgo: se debe quitar el color del sombreado de las celdas resaltadas.

Ruta:

conversiones, comportamiento de audiencias e interpretación de resultados analíticos.	con los objetivos comerciales y de marketing.		Calificable.		
AA3. Evaluar el desempeño final de campañas digitales mediante análisis de KPI, ROI, dashboards insights estratégicos y efectividad de optimizaciones implementadas.	260101074-03. Monitorear desempeño final de la campaña y efectividad de optimizaciones implementadas de acuerdo con objetivos planteados.	dd/mm/aaaa a las XX:XX AM-PM*	Evidencia de desempeño: AA3-EV01. Informe de evaluación de campaña digital. Calificable.	dd/mm/aaaa	dd/mm/aaaa
AA4. Integrar estrategias de analítica para campañas en redes sociales mediante la aplicación de métricas, optimización y evaluación estratégica de resultados.		dd/mm/aaaa a las XX:XX AM-PM*	Evidencia de producto: AA4-EV01. Caso integrador de analítica de campañas digitales. Calificable./	dd/mm/aaaa	dd/mm/aaaa

3.1.2. Recurso: Cronograma

Hallazgo:

Ruta:

4. Guía de aprendizaje 1

4.1. Observaciones

4.1.1. Recurso: GUI1

Hallazgo: se debe borrar la viñeta resaltada.

Ruta: página 4

A partir de esta situación, reflexione sobre los siguientes interrogantes:

- ¿Cómo determinar si una campaña digital realmente fue exitosa?
- ¿Qué indicadores permitirían evaluar el cumplimiento de los objetivos planteados?
- ¿Por qué una campaña con alta visibilidad podría no generar resultados comerciales favorables?
- ¿Qué decisiones podrían tomarse a partir del análisis de estos resultados?
- ¿De qué manera la analítica digital contribuye al mejoramiento de estrategias en redes sociales?

○

Nota: este ejercicio tiene como finalidad guiarlo y motivarlo en la elaboración de las evidencias planteadas para esta guía de aprendizaje. Por tal razón, no es calificable, pero es importante que comparta sus respuestas con el instructor en la primera sesión sincrónica del curso.

4.1.2. Recurso: GUI1

Hallazgo: se recomienda revisar si hace falta mencionar TikTok, como una de las cuentas que tiene la empresa en el ejercicio para desarrollar la evidencia.

Ruta: página 6

La empresa Café Raíz Local es un emprendimiento colombiano dedicado a la venta de café especial en grano, café molido y kits de preparación para el hogar. Actualmente comercializa sus productos en una tienda física ubicada en una ciudad intermedia y cuenta con perfiles activos en Instagram y Facebook, pero sus publicaciones no tienen una estrategia de medición definida.

La empresa desea lanzar una campaña digital durante 30 días para promocionar su nuevo producto: Kit Experiencia Barista en Casa, que incluye café especial, filtro, prensa francesa pequeña y guía de preparación. La organización busca aumentar el reconocimiento del producto, generar visitas hacia su tienda virtual y captar posibles compradores interesados en recibir información o adquirir el kit.

La gerencia solicita un plan básico de medición que permita organizar la campaña antes de su publicación, definir qué se va a medir, cómo se va a medir, en qué plataformas se desarrollará y qué indicadores permitirán evaluar si la campaña responde a los objetivos comerciales.

Tabla 1

Información base de la campaña

Elemento	Información de referencia
Producto	Kit Experiencia Barista en Casa.
Duración de campaña	30 días.
Plataformas disponibles	Instagram, Facebook y TikTok.

4.1.3. **Recurso:** GUI1
Hallazgo:
Ruta:

4.1.4. **Recurso:** GUI1
Hallazgo:
Ruta:

4.1.5. **Recurso:** GUI1
Hallazgo:
Ruta:

4.1.6. **Recurso:** GUI1
Hallazgo:
Ruta:

4.1.7. **Recurso:** GUI1
Hallazgo:

Ruta: