

Diseño de un plan de *marketing* y un modelo de gestión documental para los programas de estudio en el exterior en ISC Colombia

Daniela Montenegro Oviedo

ID: 000268105

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ingenierías

Facultad Ingeniería Industrial

Práctica Empresarial

Bucaramanga

2019

Diseño de un plan de *marketing* y un modelo de gestión documental para los programas de estudio en el exterior en ISC Colombia

Daniela Montenegro Oviedo

ID: 000268105

Director Práctica

MBA: Argemiro Leal Plata

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ingenierías

Facultad Ingeniería Industrial

Práctica Empresarial

Bucaramanga

2019

## Tabla de Contenido

	Pág.
Resumen Práctica Empresarial .....	7
Introducción .....	9
1. Diagnóstico empresa ISC Colombia.....	10
1.1 Generalidades de la Empresa .....	10
1.2 Situación actual de ISC Colombia – <i>International Student Center</i> .....	12
2. Justificación .....	15
3. Objetivos.....	16
3.1 Objetivo General.....	16
3.2 Objetivos Específicos.....	16
4. Marco teórico .....	17
4.1 Definición de Marketing y Gestión Documental .....	17
4.2 Proceso del plan de <i>marketing</i> y el modelo de gestión documental .....	18
4.3 Importancia del plan de <i>marketing</i> y el modelo de gestión documental.....	20
5. Diseño metodológico .....	21
5.1 Alcance de Investigación .....	21
5.2 Metodología de investigación .....	21
5.3 Instrumentos de Investigación .....	22
6. Planeación práctica empresarial.....	23
6.1 Actividades a desarrollar.....	23
6.2 Cronograma de actividades.....	24
6.3 Presupuesto .....	25
7. Resultados y Discusiones.....	26
7.1 Desarrollo plan de <i>marketing</i> ISC Colombia.....	26

7.1.1	Matriz DOFA.....	26
7.1.2	Definición de objetivos.....	27
7.1.3	Articulación de objetivos planteados y estrategias propuestas.....	27
7.1.4	Plan de <i>marketing</i> Fase I.....	28
7.1.5	Cronograma implementación plan de <i>marketing</i> .....	30
7.1.6	Plan de <i>marketing</i> Fase II.....	30
7.2	Desarrollo modelo gestión documental ISC Colombia.....	34
7.2.1	Normas vigentes Nacionales e Internaciones Modelo Gestión Documental.....	34
7.2.2	Manuales de proceso enfocados a los programas de ISC Colombia.....	37
7.2.3	Manual de entrenamiento programa estudio y trabajo en el exterior.....	37
	Recomendaciones.....	42
	Conclusiones.....	41
	Referencias Bibliográficas.....	43
	ANEXOS.....	44

## Tabla de Ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1. Estructura Organizacional ISC Colombia.....	10
Ilustración 2. Modelo proceso de marketing.....	18
Ilustración 3. Cronograma de actividades propuesto .....	24
Ilustración 4. Presupuesto ISC Colombia .....	25
Ilustración 5. Matriz DOFA .....	26
Ilustración 6. Cronograma Plan Marketing.....	30
<i>Ilustración 7. Estrategia Negocios .....</i>	<i>31</i>
<i>Ilustración 8. Estrategia Corporativa .....</i>	<i>31</i>
<i>Ilustración 9. Convenios Instituciones Exterior .....</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 10. Ferias ISC Colombia .....</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 11. Estrategia Funcional .....</i>	<i>33</i>
<i>Ilustración 12. Folleto Publicitario 15 años ISC .....</i>	<i>33</i>

## Lista de Anexos

	Pág.
Anexo A. Manual de procesos Programa Estudio & Trabajo en el Exterior .....	44
Anexo B. Manual de procesos Programa <i>Work &amp; Travel</i> USA .....	45
Anexo C. Manual de procesos Programa <i>Au Pair</i> USA .....	46
Anexo D. Manual de entrenamiento Programa Estudio & Trabajo en el Exterior .....	47

## **RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** Diseño de un plan de marketing y un modelo de gestión documental para los programas de estudio en el exterior en ISC Colombia

**AUTOR(ES):** Daniela Montenegro Oviedo

**PROGRAMA:** Facultad de Ingeniería Industrial

**DIRECTOR(A):** Argemiro Leal Plata

### **RESUMEN**

La práctica empresarial realizada en ISC Colombia - International Student Center se realizó con el fin de diseñar e implementar estrategias que permitieran el desarrollo del área de marketing y la documentación de los procesos para cada uno de los programas ofrecidos. Durante la práctica se brindó apoyo en diferentes procesos de planeación y organización de las actividades a implementar para atraer clientes por medio de redes sociales, publicidad, eventos sociales y ferias de estudio. Así como también el mejoramiento de la gestión documental que se tenía para cada programa por lo cual se diseñaron e implementaron diferentes manuales de procesos los cuales se modelaron de una manera didáctica y práctica para facilitar el entendimiento de estos.

### **PALABRAS CLAVE:**

Marketing, planeación, mejoramiento, gestión documental, programas académicos, documentación

**V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## **GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** Design of a marketing plan and a document management model for study and work abroad programs in ISC Colombia

**AUTHOR(S):** Daniela Montenegro Oviedo

**FACULTY:** Facultad de Ingeniería Industrial

**DIRECTOR:** Argemiro Leal Plata

### **ABSTRACT**

The business practice carried out at ISC Colombia was realized in order to design and implement strategies that allow the development of the marketing area and the documentation of the processes for each of the programs offered. During the practice, support was provided in different planning and organization processes of the implemented activities to attract clients through social networks, advertising, social events and study fairs. As well as the improvement of the document management that it had for each program, for that reason it was designed and implemented different models of manual process which were modeled in a didactic and practical way to facilitate their understanding.

### **KEYWORDS:**

Marketing, planning, improvement, document management, academic programs, documentation

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## Introducción

En el presente informe pretendo dar a conocer las experiencias obtenidas en el transcurso de la realización de mis prácticas empresariales en la compañía ISC Colombia – *International Student Center*, en la cual pude desarrollar de manera integral mis habilidades, aplicar todos los conocimientos adquiridos durante mi carrera profesional y brindar apoyo en el área de *marketing* y procesos de los programas ofrecidos en la compañía y especialmente en los de Estudio y Trabajo en el Exterior.

Esta práctica empresarial como primera fase se enfocó en el área de marketing para los programas de estudio académico e intercambio cultural donde se diseñó e implementó un plan de *marketing* con el fin de abarcar nuevos mercados y aumentar las ventas de la compañía.

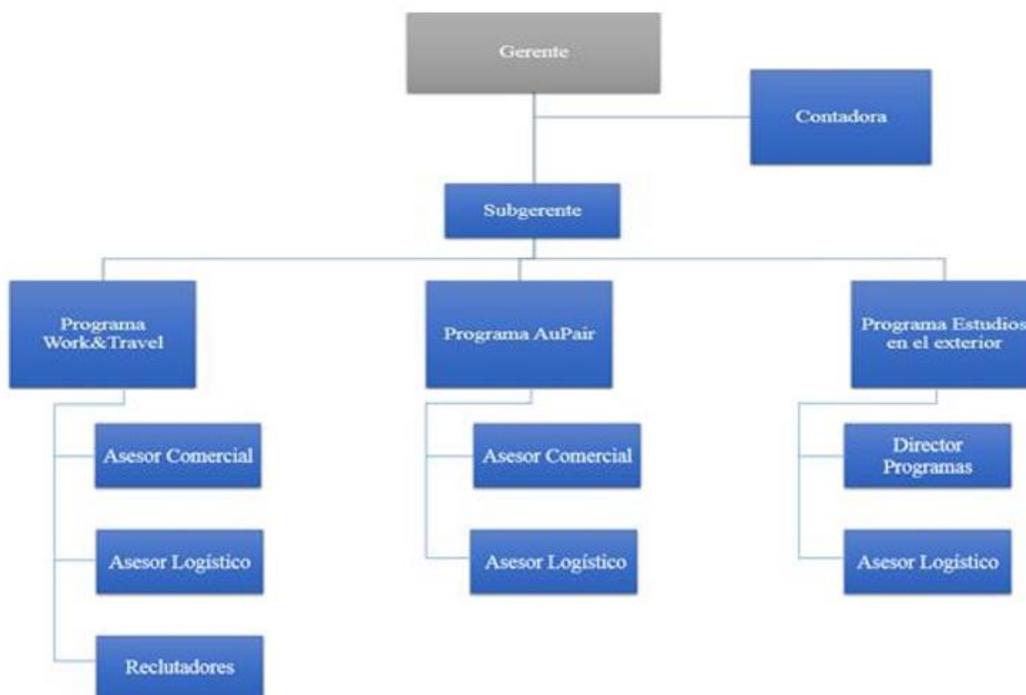
Así mismo, se planteó el diseño de un manual de procesos y entrenamiento de los programas contribuyendo a la gestión documental y el área de procesos de la compañía en donde se estructuraron modelos que permitieran conocer mejor como se están desarrollando los procesos administrativos y de servicios.

Finalmente, en el informe presentado a continuación se resalta como durante estos seis meses de trabajo colaborativo se logró demostrar las competencias técnicas y profesionales aprendidas para contribuir al desarrollo de la compañía y sus metas empresariales.

## 1. Diagnóstico empresa ISC Colombia

### 1.1 Generalidades de la Empresa

- Nombre de la empresa: ISC Colombia – *International Student Center*
- Actividad Económica: Actividades de apoyo a la educación, la empresa cuenta con 3 programas fundamentales los cuales son: Estudios en el exterior, *Work&Travel* y *AuPair*.
- Número de Colaboradores: La empresa en el momento cuenta con 10 colaboradores que hacen parte de los diferentes programas que ofrece la compañía.
- Estructura Organizacional:



*Ilustración 1.* Estructura Organizacional ISC Colombia

- Teléfono: (57) 6431338
- Dirección: Carrera 29 # 45 – 94 oficina 1007, Centro Empresarial Seguros Atlas, Bucaramanga.

- **Reseña Histórica:** Centro Internacional de Estudiantes - ISC Colombia se fundó en 2002 bajo los principios de honestidad, responsabilidad, trabajo y servicio que se han dedicado a la promoción de programas académicos y programas de intercambio cultural en el extranjero. Desde nuestra creación, hemos tenido la oportunidad de ser representantes en Colombia de importantes organizaciones educativas internacionales, que han contribuido a nuestro desarrollo organizativo al trabajar juntos en nuestros objetivos mutuos y metas para alcanzar. Además, hemos contribuido a mejorar el desarrollo personal y profesional de nuestros clientes ofreciéndoles oportunidades académicas, laborales y culturales en el extranjero, que han complementado sus perfiles profesionales y ampliado sus horizontes y expectativas profesionales, teniendo en cuenta que nuestros agentes están certificados con el examen QEAC.
- **Descripción del área específica de trabajo:** ISC Colombia es representante en Colombia de un selecto grupo de instituciones en diferentes países como Canadá, Inglaterra, Londres y Malta entre otros, instituciones que se han caracterizado por tener una excelencia en el ámbito académico, profesores calificados e instalaciones modernas para ofrecer los programas Ingles General, Ingles Académico, Preparación para el *IELTS-TOEFL-Cambridge*, Ingles de Negocios, etc... y adicionalmente ofrecen cursos vocacionales como Certificados IV, Diplomados, Diplomados Avanzados. El área específica de trabajo a realizar será desarrollada para el programa de Estudio en el exterior, este es un programa dirigido a estudiantes recién egresados del colegio, universitarios, egresados de la Universidad y profesionales activos a los cuales se les da la oportunidad de perfeccionar su nivel de inglés, o realizar un curso especializado en la carrera y tener una experiencia internacional en los países mencionados durante un

periodo mínimo de 4 meses en adelante. Donde podrán vivir un experiencia cultural y académica en el exterior, tener una oportunidad de mejorar o perfeccionamiento del nivel de inglés, encontrar un sistema educativo con alta reputación a nivel mundial.

- Nombre y Cargo del Supervisor: Edgar Alfonso Calvache Figueroa – CEO/Dueño

## **1.2 Situación actual de ISC Colombia – *International Student Center***

ISC Colombia cuenta con diversos programas que permiten a estudiantes recién egresados del colegio, universitarios, egresados de la Universidad y profesionales activos vivir una experiencia de intercambio cultural. Los programas que ofrece la empresa se dividen en tres (3) los cuales se especificaran a continuación:

- *AuPair*: Es un programa diseñado y dirigido solo para mujeres que sean estudiantes universitarias o recién egresadas del colegio de todos los países del mundo, el cual les brinda la oportunidad de tener una experiencia de intercambio cultural en los Estados Unidos con un componente adicional que es el cuidado de niños. Dicho programa tiene una duración de mínimo 12 meses, los cuales pueden ser prorrogables a 12 meses adicionales en caso de querer extender la participación en dicho programa.
- *Work&Travel*: Es un programa dirigido a estudiantes universitarios de todos los países del mundo, el cual les da la oportunidad de tener una experiencia de trabajo remunerada en los Estados Unidos durante un periodo máximo de 4 meses. Adicionalmente, los participantes del programa podrán estar 1 mes más en calidad de turista en los EEUU, una vez han terminado su periodo de trabajo.

- Estudio en el exterior: Es un programa dirigido a estudiantes recién egresados del colegio, universitarios, egresados de la Universidad y profesionales activos a los cuales se les da la oportunidad de perfeccionar su nivel de inglés, o realizar un curso especializado en la carrera y tener una experiencia internacional en los países mencionados durante un periodo mínimo de 4 meses en adelante.
- Estudia y Trabaja en Australia y *New Zealand*: Es un programa dirigido a estudiantes recién egresados del colegio, universitarios, egresados de la Universidad y profesionales activos a los cuales se les da la oportunidad de perfeccionar su nivel de inglés, o realizar un curso especializado en la carrera y tener una experiencia internacional en los países mencionados durante un periodo mínimo de 4 meses en adelante. Adicionalmente, los participantes del programa podrán trabajar en tiempo de estudio 20 horas semanales y en algunas ocasiones en tiempo de vacaciones trabajar tiempo completo así podrás tener una experiencia de trabajo remunerado.

Teniendo en cuenta esto, la empresa reconoce que se evidencia una falencia en el programa de estudios en el exterior, debido a que en el momento solo se cuenta con una persona encargada de realizar las asesorías, llevar a cabo los correspondientes procesos de aplicación a las diferentes instituciones y ciudades que se ajusten a las necesidades de los clientes, realizar las aplicaciones de visado, realizar la publicidad del programa y finalmente el seguimiento post-venta del proceso. Por lo cual su tiempo es limitado y no se generan estrategias de marketing con el fin de atraer más clientes. El director de la compañía por medio de esta práctica busca desglosar el programa en dos ramas que son: Ventas y Procesos.

Es allí donde se establece que la clave del éxito para su compañía se basa en desarrollar un análisis de negocio detallado y establecer un plan de marketing que permita llegar de un modo eficaz a los clientes potenciales y actuales.

Por otro lado, la organización carece de una estructura que permita mostrar de manera clara y objetiva las etapas del proceso de acuerdo a los perfiles de cada uno de los clientes y el desarrollo de un manual de entrenamiento en donde se evidencie el paso a paso para generar las aplicaciones correspondientes a las instituciones, trámites de visado y proceso post-venta.

En el momento se cuenta con una ERP llamada Edvisor en donde se ingresan cada uno de los estudiantes, se genera un perfil y se tiene en cuenta una línea del tiempo que te permite ver el estado del proceso, sin embargo, en muchas ocasiones este proceso se omite y es solo cuando el estudiante finaliza el proceso que se completa en su totalidad el perfil y se adjuntan los documentos.

## **2. Justificación**

Las organizaciones hoy en día han empezado a tomar consciencia respecto a la importancia que tiene el desarrollo de un plan de marketing y la necesidad de implementar estrategias publicitarias en su negocio. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargadas de valor con los clientes. Así, definimos marketing como el proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar el valor de sus clientes (Jiménez y Iturralde, 2017).

Así mismo, es de vital importancia saber que para que una organización tenga estructurada y almacenada de manera adecuada toda la información administrativa y de procesos se debe desarrollar un modelo de gestión documental eficiente. Un sistema eficiente de gestión documental tiene como objetivo llevar el almacenamiento físico de documentos al plano digital, lo que implica una mejora sustancial en varios aspectos de la administración de una empresa. El sistema apunta también al proceso de búsqueda y organización de los documentos, así como de datos e información general en sus diversos formatos (Microsystem, s.f).

### 3. Objetivos

#### 3.1 Objetivo General

- Diseñar un plan de *marketing* para la comercialización de planes de estudio en el exterior en la ciudad de Bucaramanga con el fin de aumentar el número de clientes en la compañía.
- Mejorar y estructurar el proceso del programa de Estudio y Trabajo en el Exterior por medio de un modelo de gestión documental con el fin de organizar la información requerida para llevar a cabo el proceso eficientemente.

#### 3.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico a través de una DOFA para identificar las fortalezas y debilidades de la organización y las oportunidades y amenazas del entorno.
- Desarrollar estrategias de *Marketing Mix* (producto, precio, promoción, publicidad y postventa), que permitan incrementar los clientes en la compañía por medio de objetivos y estrategias.
- Desarrollar e implementar estrategias de medición y un cronograma de actividades para su implementación.
- Diseñar diferentes manuales de procesos con el fin de estructurar la información de los programas de estudio y trabajo en el exterior de acuerdo con las preferencias y perfiles de los clientes.
- Diseñar un manual de entrenamiento para mejorar y optimizar el proceso de los programas de estudio y trabajo en el exterior.
- Establecer las normas vigentes nacionales e internacionales para implementar el modelo de gestión documental en la compañía.

## **4. Marco teórico**

### **4.1 Definición de Marketing y Gestión Documental**

El concepto de marketing busca la satisfacción de las necesidades de los mercados como la mejor opción para tener beneficios a largo plazo. Sin embargo, el tema ha sido abarcado desde varias perspectivas que lo ideal es indagar en los conceptos de expertos reconocidos en temas de marketing. Según Philip Kotler y Gary Armstrong (2013), el concepto de marketing es "una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores". Estos autores también reconocen que muchas de las empresas en el mercado pueden tener estructurado un plan de marketing, contar con una persona con conocimientos en el área, pero esto no implica que su enfoque principal este hacia el mercado, ni impulsado por los clientes.

Por otra parte, Stanton, Etzel y Walker (2007), explican que el concepto de marketing "hace hincapié en la orientación del cliente y en la coordinación de las actividades de marketing para alcanzar los objetivos de desempeño de la organización".

Finalmente, con base en esto podemos definir el plan de marketing. El cuál es un documento escrito y esquemático que permite recopilar estudios de mercado de las empresas, objetivos, metas, estrategias de cómo se debería desarrollar con el fin de buscar la mejor manera de atraer potenciales clientes y ayudar al crecimiento de las compañías.

Para el desarrollo de esta práctica también debemos conocer a que hace referencia un modelo de gestión documental. La Gestión Documental está definida según la Ley 594 de 2000 – Ley General de Archivos como el conjunto de actividades administrativas y técnicas tendientes a la planificación, manejo y organización de la documentación producida y recibida por las

entidades, desde su origen hasta su destino final, con el objeto de facilitar su utilización y conservación (MinTic, 2014).

#### 4.2 Proceso del plan de *marketing* y el modelo de gestión documental

El *marketing* parte de una serie de actividades secuenciales que permiten establecer un panorama ordenado de cómo desarrollar y estructurar las estrategias que le permitan a la compañía abarcar nuevos mercados. A continuación, Kotler y Armstrong (2013) plantean un modelo para realizar un plan de marketing generando valor para los clientes con el fin de obtener a cambio valor de ellos.



*Ilustración 2. Modelo proceso de marketing*

Se deben tener en cuenta 5 temas fundamentales:

- Crear valor para los clientes para capturar valor de ellos a cambio
- Construir y gestionar marcas fuertes para crear brand equity.
- Medición y gestión del rendimiento sobre el marketing.
- Aprovechar las nuevas tecnologías de marketing.
- Marketing sustentable alrededor del mundo.

Seguir el proceso paso a paso es el comienzo para percibir la importancia de estructurar un plan de marketing, generar vínculos y tener un crecimiento en la organización.

Así mismo, la gestión documental como anteriormente se había mencionado es un conjunto de instrucciones en las que se detallan las operaciones para el desarrollo de los procesos al interior de cada compañía. La producción de documentos al interior de las empresas exige en sí misma, regulación, control y sobre todo planeación en los diferentes procesos administrativos. Estos pasos se desglosan de la siguiente manera (ATS Gestión Documental, s.f):

- **Planeación:** inicialmente se realiza una revisión y valoración de la información teniendo en cuenta todo el contexto del proceso.
- **Producción:** se realiza una evaluación de los documentos, consiste en la creación, ingreso y categorización teniendo en cuenta su relevancia y funcionabilidad en los procesos en los que incide.
- **Gestión y trámite:** hace referencia a la importancia del análisis del documento de manera integral, se da revisión a los trámites en los que incide el documento, relevancia, calidad y facilidad de emplearlos.
- **Organización:** Son todas las operaciones técnicas de gestión documental, en el que, por medio de una revisión a fondo del documento, se establece su ordenación y almacenamiento documental, con base en su ciclo de vida.
- **Transferencia:** Se tienen en cuenta los formatos, estructura, conservación y conversión del modelo empleado.
- **Disposición de documentos:** Se considera como todos los procesos de selección y valoración del documento, en pro de su conservación o eliminación; teniendo como base las tablas de retención y valoración documental. Esto permite el seguimiento de todos los ciclos de vida de cada documento, a fin de darle su respectivo tratamiento, y de ser el caso, de establecer las pautas para llevar a cabo su eliminación y destrucción.

- **Preservación a largo plazo:** se tienen en cuenta todos los procedimientos y requerimientos que se deben llevar a cabo durante todo el proceso de la gestión documental y archivo.
- **Valoración:** Es el procedimiento continuo en el que se determinan sus valores primarios y secundarios, los cuales ayudan a establecer su relevancia al interior de la empresa y de este modo su conservación y disposición final, temporal o definitiva.

### **4.3 Importancia del plan de *marketing* y el modelo de gestión documental**

El plan de *marketing* es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización rentable de cualquier servicio o producto ofrecido. Dentro de las utilidades que tiene el diseñar e implementar un plan de marketing se puede encontrar que es una guía de como inicia la empresa, su trayectoria, los logros obtenidos entre otros (Effective Management, s.f).

También, es importante para el control de la gestión y la puesta en marcha de las estrategias que permitan el elevar las condiciones actuales de la organización para su mejora constante. Se debe tener en cuenta que el contar con un plan así puede llegar a proporcionar una posición competitiva enfrente de los competidores tanto locales, como nacionales e internacionales.

Finalmente, basados en el modelo de gestión documental se pueden definir todos los parámetros necesarios y prioritarios que se reflejan en el desarrollo del proceso de estudios en el exterior para el caso de ISC Colombia por lo cual es de vital importancia realizar una buena gestión que mejora y promueva la organización y facilidad de su desarrollo.

## **5. Diseño metodológico**

### **5.1 Alcance de Investigación**

La presente práctica busca diseñar e implementar un plan de marketing enfocado a los programas de estudio y trabajo en el exterior que generen un crecimiento de nuevos potenciales clientes en la compañía, identificando factores externos e internos que afectan el crecimiento de la misma y generando estrategias que permitan publicitar y dar a conocer cada uno de los programas ofrecidos en los diferentes países con los que se tienen convenios.

Por otra parte, se busca estructurar el plan de ejecución del proceso que actualmente se realiza para aplicar a un programa de estudio y trabajo en el exterior, por medio de manuales de procesos y entrenamientos lo cuales permitan estandarizar y optimizar dicho proceso.

### **5.2 Metodología de investigación**

La metodología por implementar es cualitativa, debido a que con base en una investigación previa de los contextos en los que se encuentra la empresa tanto en el área de mercadeo como de documentación del programa de estudio y trabajo en el exterior se podrá estructurar, definir y construir las estrategias y modelos necesarios para dar cumplimiento a los objetivos establecidos creando así un proceso eficiente. El plan de marketing se realizará por medio de los análisis situacionales, DOFA, establecimiento de metas y objetivos, estrategias, implementación, evaluación y control de las mismas.

Así mismo, por medio de la observación, se identificará el plan de ejecución actual para el proceso de aplicación a los programas de estudio y trabajo en el exterior, lo que permitirá

identificar las falencias y de este modo realizar un levantamiento del proceso que permita su estandarización.

### **5.3 Instrumentos de Investigación**

- Fuentes Primarias: Contienen información original producto de una investigación o actividad eminentemente creativa tales como: Libros y estadísticas del crecimiento del mercado.
- Fuentes Secundarias: Contiene información organizada para facilitar el control y acceso a las fuentes primarias, ampliar el contenido de la información y planificar los estudios de la investigación.

## 6. Planeación práctica empresarial

### 6.1 Actividades a desarrollar

- Recopilación de información macroentorno y microentorno.
- Realizar análisis macroentorno y microentorno.
- Diseñar la Matriz DOFA.
- Desarrollar objetivos y metas.
- Plantear Estrategia de marketing.
- Buscar convenios en ferias, universidades, colegios.
- Definir cronograma de actividades del plan de marketing.
- Implementar el plan de marketing.
- Evaluar y controlar plan de marketing.
- Recopilar información del proceso empleado para el programa de estudios en el exterior.
- Estructurar Modelo de Gestión Documental y organizar la información pertinente.
- Diseñar un manual de procesos con base en el estudio al que se quiere aplicar.
- Diseñar un manual de entrenamiento por cada etapa del proceso.
- Desarrollar el proceso de aplicación de los programas a las instituciones.
- Desarrollar el proceso de trámites de visa de acuerdo al país seleccionado.
- Organización de los cursos ofrecidos por las instituciones con base en el modelo de gestión documental diseñado.
- Recopilación de resultados, conclusiones y entrega final.

## 6.2 Cronograma de actividades

Para el desarrollo de la práctica y con base en las actividades planteadas se desarrolló el siguiente cronograma:

ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Recopilación de información macro entorno y micro entorno	■						
Capacitación con las embajadas de los países que ofrecen los programas		■					
Realizar análisis macro entorno y micro entorno		■					
Diseñar la Matriz DOFA			■				
Desarrollar objetivos y metas			■				
Plantear Estrategia de marketing			■	■			
Buscar convenios en ferias, universidades, colegios		■	■	■			
Definir cronograma de actividades del plan de marketing				■			
Implementar el plan de marketing				■	■		
Evaluar y controlar plan de marketing				■	■	■	
Recopilar información del proceso empleado para el programa de estudios en el exterior.					■		
Estructurar Modelo de Gestión Documental y organizar la información pertinente					■		
Diseñar un manual de procesos con base en el estudio al que se quiere aplicar.						■	
Diseñar un manual de entrenamiento por cada etapa del proceso						■	
Desarrollar el proceso de aplicación de los programas a las instituciones.	■	■	■	■	■	■	■
Desarrollar el proceso de trámites de visa de acuerdo al país seleccionado	■	■	■	■	■	■	■
Organización de los cursos ofrecidos por las instituciones con base en el modelo de gestión documental diseñado.							■
Recopilación de Resultados							■
Conclusiones							■
Entrega Final							■

*Ilustración 3. Cronograma de actividades propuesto*

### 6.3 Presupuesto

Para el desarrollo de la respectiva práctica se va a contar con dos personas encargadas de la asesoría comercial y la asesoría logística de los programas ofrecidos, papelería y computadores. A continuación, se presenta un esquema del presupuesto a tener en cuenta en el desarrollo de la práctica en la compañía ISC Colombia.

<b>Presupuesto ISC Colombia 2019</b>	
Transporte	\$700.000
Papelería	\$600.000
Internet	\$200.000
Gastos Reuniones Instituciones	\$500.000
Charlas Agentes Instituciones	\$0
Digital Media	\$500.000
Folletos Publicitarios	\$700.000
<b>Total</b>	<b>\$3.200.000</b>

*Ilustración 4. Presupuesto ISC Colombia*

## 7. Resultados y Discusiones

### 7.1 Desarrollo plan de *marketing* ISC Colombia

#### 7.1.1 Matriz DOFA.

Con el fin de determinar y conocer la situación en que se encuentra la empresa ISC Colombia se realiza un diagnóstico real que nos permita evidenciar con claridad cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se están presentando, luego de tener definidos estos elementos como se evidencia a continuación, se puede tener una visión clara de la verdadera situación de la empresa en el sector.



Ilustración 5. Matriz DOFA

### **7.1.2 Definición de objetivos.**

➤ Estrategia Funcional – Innovación Superior

Objetivo: Incrementar las ventas por medio de la atracción de nuevos clientes a través de estrategias de *marketing* con el fin de aumentar los márgenes de utilidad

➤ Estrategia Negocios – Diferenciación

Objetivo: Aumentar la lealtad de los clientes a través de un servicio posventa de calidad que permita por medio de la voz a voz atraer el interés de nuevas personas

➤ Estrategia Negocios – Diferenciación

Objetivo: Contar con un personal altamente capacitado con el fin de brindar un servicio confiable y de calidad

➤ Estrategia Corporativa– Alianzas Estratégicas

Objetivo: Crear alianzas estratégicas con Instituciones (colegios – universidades) para impulsar y dar a conocer la organización y sus programas.

### **7.1.3 Articulación de objetivos planteados y estrategias propuestas.**

Establecer claramente los objetivos permite orientar y planificar como lograr las metas de una empresa, pero además sirven como base para definir o determinar las estrategias que permitan alcanzar el logro de estos, y a su vez se pueda seleccionar las medidas y recursos necesarios para poder realizarlos. Es en base a esto que se puede resaltar la importancia de realizar un cuadro que permita evidenciar y relacionar los objetivos planteados con la forma en que cada una de las estrategias contribuye a este.

<i>Objetivo</i>	<i>Estrategia</i>
Incrementar las ventas por medio de la atracción de nuevos clientes a través de estrategias de <i>marketing</i> con el fin de aumentar los márgenes de utilidad.	Estrategia Funcional – Innovación Superior: Acceder a nuevos mercados impulsando las redes sociales con el fin de captar e incrementar el número de clientes.
Contar con un personal altamente capacitado en atención y servicio al cliente con el fin de brindar un servicio confiable y de calidad.	Estrategia Negocios – Diferenciación: Realizar capacitaciones a los colaboradores con el fin de mejorar el servicio de atención al cliente.
Crear alianzas estratégicas con Instituciones (colegios – universidades) para impulsar y dar a conocer la organización y sus programas.	Estrategia Corporativa – Alianzas Estratégicas: Promocionar en las diferentes instituciones los programas a través de charlas con representantes de escuelas en el exterior.
Aumentar la lealtad de los clientes a través de un servicio posventa de calidad que permita por medio de la voz a voz atraer el interés de nuevas personas.	Estrategia Negocios – Diferenciación: Brindar atención especial a los clientes frecuentes, con diferentes eventos exclusivos en los cuales se brinde asesorías y privilegios especiales, que permitan conseguir la lealtad del cliente.

#### **7.1.4 Plan de *marketing* Fase I.**

Con base en la Matriz DOFA y las estrategias planteadas se realiza la documentación del plan a desarrollar dentro de la empresa. Para esto se formuló un esquema de plan de mejoramiento en donde se describirá la propuesta para la ejecución de las estrategias establecidas como se evidencia a continuación:

➤ Estrategia de Negocios:

NIVELES DE LOS OBJETIVOS	NEGOCIOS			
Objetivos Específicos	Estrategias	Actividad	Meta	Indicador
Aumentar la lealtad de los clientes a través de un servicio posventa de calidad que permita por medio de la voz a voz atraer el interés de nuevas personas	Asesoría y servicio especial al cliente	Entrega Sim Cards de viaje y seguimiento en el proceso de viaje y llegada al destino	Establecer distintos privilegios al cliente una vez realizado el programa	Nivel de Satisfacción al cliente = Clientes satisfechos / Clientes atendidos
Contar con un personal altamente capacitado en atención y servicio al cliente con el fin de brindar un servicio confiable y de calidad	Capacitación de los colaboradores	Realizar capacitaciones semestrales de atención al cliente	Lograr que el servicio de atención al cliente prestado sea de calidad y agradable	Nivel de Satisfacción al cliente = Clientes satisfechos / Clientes atendidos

➤ Estrategia Corporativa:

NIVELES DE LOS OBJETIVOS	CORPORATIVA			
Objetivos Específicos	Estrategias	Actividad	Meta	Indicador
Crear alianzas estratégicas con Instituciones (colegios – universidades) para impulsar y dar a conocer la organización y sus programas	Alianzas Estratégicas	Crear campañas publicitarias con diferentes instituciones con expositores de escuelas en el exterior Participar de ferias y eventos como expositores de los servicios ofrecidos	Implementar en un 25% alianzas estratégicas que generen un gran impacto en el mercado	Nivel de Usuarios: Nivel de personas asistentes al evento/ Personas inscritas en los programas

➤ Estrategia Funcional:

NIVELES DE LOS OBJETIVOS	FUNCIONAL			
Objetivos Específicos	Estrategias	Actividad	Meta	Indicador
Incrementar las ventas por medio de la atracción de nuevos clientes a través de estrategias de marketing con el fin de aumentar los márgenes de utilidad	Impulsar los servicios a través de los medios de comunicación	Promoción cumpleaños 15 de ISC Colombia	Establecer una organización en los medios de comunicación utilizados para impulsar de manera adecuada los servicios ofrecidos por la compañía	Nivel de Ventas: Ventas del semestre anterior/ Ventas semestre actual

### 7.1.5 Cronograma implementación plan de *marketing*.

Para el desarrollo del plan de *marketing* se propuso y desarrollo el siguiente cronograma de actividades para los meses de mayo, junio, julio, agosto y septiembre.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
MESES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Publicar en Redes Sociales (2 veces por semana)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Feria EXPOEVENTOS Acropolis	■																			
Convenios Instituciones Exterior	■	■	■	■																
Promoción 15 años ISC Colombia									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Feria International Career Opportunities															■					

*Ilustración 6.* Cronograma Plan Marketing

### 7.1.6 Plan de *marketing* Fase II.

Con base en el plan de *marketing* Fase I planteado anteriormente, a continuación, se presentan los resultados y mediciones de los indicadores propuestos, sus respectivos análisis y los planes de mejoramiento establecidos:

NIVELES DE LOS OBJETIVOS	NEGOCIOS				
Objetivo Específico	Estrategia	Actividad	Meta	Indicador	Medición Indicador
Aumentar la lealtad de los clientes a través de un servicio posventa de calidad que permita por medio de la voz a voz atraer el interés de nuevas personas	Asesoría y servicio especial al cliente	Entrega Sim Cards de viaje y seguimiento en el proceso de viaje y llegada al destino	Establecer distintos privilegios al cliente una vez realizado el programa	Nivel de Satisfacción al cliente = Clientes satisfechos / Clientes atendidos	NSC= (10 usuarios satisfechos/10 usuarios que realizaron el programa)*100  = 100%

### *Ilustración 7. Estrategia Negocios*

Durante el primer semestre del 2019 se inscribieron veintiún (21) usuarios al programa de estudio y trabajo en el exterior. De lo cuales, hasta la fecha del 31 de Julio del 2019 diez (10) se encuentran en sus destinos realizando el programa seleccionado. Se realizó el seguimiento correspondiente vía correo electrónico y los usuarios se encuentran muy satisfechos con los resultados obtenidos hasta el momento y el servicio prestado por la agencia.

NIVELES DE LOS OBJETIVOS	CORPORATIVO				
Objetivo Específico	Estrategia	Actividad	Meta	Indicador	Medición Indicador
Crear alianzas estratégicas con Instituciones (colegios – universidades) para impulsar y dar a conocer la organización y sus programas	Alianzas Estratégicas	Crear campañas publicitarias con diferentes instituciones con expositores de escuelas en el exterior  Participar de ferias y eventos como expositores de los servicios ofrecidos	Implementar alianzas estratégicas que generen un gran impacto en el mercado	Nivel de Usuarios: Personas inscritas en los programas/Personas asistentes al evento/	NU: (3personas inscritas /10 personas asistentes)*100  = 30%

### *Ilustración 8. Estrategia Corporativa*

Muchas de las oportunidades que la empresa debe aprovechar para poder dar a conocer la empresa y los servicios que ofrece son las ferias y eventos que se realicen en la ciudad. Es por esto, que en el mes de mayo se asistió a un evento llamado Expoeventos donde tuvimos muchas personas interesadas en los programas. También se realizó un convenio con la Universidad Autónoma de Bucaramanga para llevar a cabo una feria de instituciones para prácticas y estudios

en el exterior llamada *International Career Opportunities*. Además, durante todo el primer semestre del 2019 se realizaron convenios con diferentes instituciones de Australia, Canadá y Nueva Zelanda con el fin de ofrecer diversos cursos de idiomas y académicos a los estudiantes con precios especiales.

➤ Instituciones Convenio



*Ilustración 9.* Convenios Instituciones Exterior

➤ Ferias – Expoeventos 2019 & Feria UNAB *International Career Opportunities*



*Ilustración 10.* Ferias ISC Colombia

NIVELES DE LOS OBJETIVOS	FUNCIONAL				
	Objetivo Especifico	Estrategia	Actividad	Meta	Indicador
Incrementar las ventas por medio de la atracción de nuevos clientes a través de estrategias de marketing con el fin de aumentar los márgenes de utilidad	Impulsar los servicios a través de los medios de comunicación	Promoción cumpleaños 15 de ISC Colombia	Establecer una organización en los medios de comunicación utilizados para impulsar de manera adecuada los servicios ofrecidos por la compañía	Nivel de Ventas: Ventas del semestre anterior/ Ventas semestre actual	NV: (15'000,000 segundo semestre 2018 / 30'000,000 primer semestre 2019)*100  = 50%

### Ilustración 11. Estrategia Funcional

Debido a que en el primer semestre del 2019 se organizó y planificó la publicidad en redes sociales, y además de esto se estableció una promoción atractiva para los clientes basada en el cumpleaños número 15 de la compañía, se puede observar como el nivel de ventas aumento en un 50% generando un margen mayor de utilidad en el periodo actual.

A continuación, se evidencia el folleto publicitario empleado para la promoción de los 15 años de ISC Colombia:



Ilustración 12. Folleto Publicitario 15 años ISC

## **7.2 Desarrollo modelo gestión documental ISC Colombia**

### **7.2.1 Normas vigentes Nacionales e Internaciones Modelo Gestión Documental.**

Dentro de los requisitos para llevar a cabo un buen sistema de gestión documental se deben tener en cuenta ciertas normas nacionales e internacionales que ayudan al crecimiento de la empresa en este ámbito y a la organización de la información con la cual trabaja la empresa. La norma ISO 15489-1 Información y documentación - Gestión de documentos - Parte 1: Generalidades, publicada en 2001 y considerada la norma internacional relativa a la gestión de documentos más influyente en este ámbito de actuación, establece una relación de requisitos generales que afecta a la gestión de documentos (Franco y Pérez, s.f):

- Determinar los documentos que deberían ser creados en cada proceso de negocio y la información que necesario incluir en dichos documentos
- Decidir la forma y la estructura en que los documentos se deberían crear e incorporar al sistema, y las tecnologías que tienen que usarse
- Determinar los metadatos que deberían crearse junto al documento y a lo largo de los procesos relacionados con el mismo, y como se vincularán y gestionarán dichos metadatos a lo largo del tiempo
- Determinar los requisitos para recuperar, usar y transmitir documentos durante los procesos de negocio o por otros posibles usuarios y los plazos de conservación necesarios para cumplirlos
- Decidir cómo organizar los documentos de manera que se cumplan los requisitos necesarios para su uso

- Evaluar los riesgos que se derivan de la ausencia de documentos que testimonien las actividades realizadas
- Conservar los documentos y permitir el acceso a los mismos a lo largo del tiempo, con objeto de satisfacer las necesidades de la organización y las expectativas de la sociedad
- Cumplir los requisitos legales y reglamentarios, las normas aplicables y la política de la organización
- Garantizar que los documentos se conserven en un entorno seguro
- Garantizar que los documentos sólo se conserven durante el periodo de tiempo necesario o requerido
- Identificar y evaluar las oportunidades para mejorar la eficacia, eficiencia o calidad de los procesos, las decisiones y las acciones que puedan derivarse de una mejor creación o gestión de los documentos.

Además, establece que las reglas aplicables a la creación y la incorporación de documentos y metadatos relativos a los mismos deberán incluirse en todos los procesos de negocio en los que se requiere una evidencia de la actividad de la organización. Las medidas de emergencia, como parte del análisis de riesgos, deberán garantizar la identificación, protección y recuperación de los documentos que son esenciales para el funcionamiento de la organización.

Las políticas, procedimientos y prácticas de gestión de documentos deberán producir y custodiar documentos que reúnan las características definidas por ISO 15489-1:

- Autenticidad
- Fiabilidad
- Integridad

➤ Disponibilidad

Es importante tener en cuenta que existen ciertas políticas que permiten a la empresa garantizar la conservación de la información que para este caso se recopila y es empleada a la hora de aplicar a las diferentes visas en los programas de estudio y trabajo en el exterior, estas son:

- Registro de Activos de Información (Artículo 2.1.1.5.1.1 Decreto 1081 de 2015): es el inventario de la información pública que el sujeto obligado genere, obtenga, adquiera, transforme o controle en su calidad de rol.
- Índice de Información Clasificada y Reservada (Artículo 2.1.1.5.2.1 Decreto 1081 de 2015): es el inventario de la información pública generada, obtenida, adquirida o controlada por el sujeto obligado, en calidad de tal, que ha sido calificada como clasificada o reservada.
- Esquema de Publicación de Información (Artículo 2.1.1.5.3.1 Decreto 1081 de 2015): es el instrumento del que disponen los sujetos obligados para informar de forma ordenada, a la ciudadanía, interesados y usuarios, sobre la información publicada y que publicará, conforme al principio de divulgación proactiva de la información previsto en el artículo 3 de la Ley 1712 de 2014, y sobre los medios a través de los cuales se puede acceder a la misma.

La Gestión Documental está definida según la Ley 594 de 2000 – Ley General de Archivos como el conjunto de actividades administrativas y técnicas tendientes a la planificación, manejo y organización de la documentación producida y recibida por las entidades, desde su origen hasta su destino final, con el objeto de facilitar su utilización y

conservación, de igual manera, la Ley 594 de 2000 informa sobre la obligación que tienen las entidades públicas y privadas que cumplen funciones públicas, en elaborar programas de gestión documental, independientemente del soporte en que produzcan la información, para el cumplimiento de su cometido estatal, o del objeto social para el que fueron creadas (Márquez, 2014).

### **7.2.2 Manuales de proceso enfocados a los programas de ISC Colombia**

Teniendo en cuenta que en ISC Colombia no se cuenta con un diagrama de procesos que les permita a los asesores conocer cómo se desarrolla cada uno de los programas que ofrece la compañía, se realizó por medio del programa Bizagi un manual de procesos para cada uno de estos permitiendo así estructurar la información de los programas ofrecidos (ver Anexo A, B, C).

Los manuales de procesos son un apoyo a las actividades que desarrollan las compañías en este caso dentro de los diferentes programas ofrecidos. Algunas ventajas que conlleva el tener estos manuales son:

- Describir de forma detallada las actividades a realizar
- Facilitar la interacción entre usuarios, compañeros de trabajo y terceros
- Ayudar a la capacitación de personal nuevo
- Proporcionar descripción de cada una de las funciones al personal
- Proporcionan una visión integral de la empresa al personal

### **7.2.3 Manual de entrenamiento programa estudio y trabajo en el exterior**

Con el fin de mejorar y optimizar el programa de estudio y trabajo en el exterior se diseñó en base a una plataforma empleada en la compañía llamada Edvisor, el paso a paso del

proceso y la documentación que se requiere para poder realizar el proceso de aplicación a la institución y de visado para que así finalmente el usuario pueda completar su programa de manera eficiente, segura y rápida (ver Anexo D). A continuación, se detalla específicamente como funciona cada uno de estos pasos del programa.

1. *Lead*: este primero proceso del programa hace referencia y énfasis a la parte de dirección y atención al usuario y se tienen en cuenta las siguientes actividades.
  - Vía correo electrónico se envía la información del programa seleccionado
  - Solicitud de la información personal para realizar el registro y firma de contrato
  - Recolección de la información pertinente a los logros académicos
  - Selección del destino de preferencia del usuario donde quiere realizar su programa académico
  - Envío de cotizaciones con las opciones de instituciones
2. *Apply*: el proceso número dos hace referencia a la aplicación directa con ISC Colombia para poder dar inicio con el programa. Aquí se tienen en cuenta: recibo de pago de inscripción, copia del pasaporte y la cedula.
3. *Initial*: en el proceso de inicio se hace la recolección de los documentos académicos que se deben tener en cuenta para poder aplicar al programa seleccionado.
  - Vía correo electrónico se envía al usuario cuales son los documentos académicos de debe recopilar: Diploma del colegio, Diploma de la Universidad/Tecnología, Otros estudios realizados o Certificado de estudio dado el caso que el usuario sea estudiante activo
  - Hoja de vida en formato específico acorde al país seleccionado para realizar el programa

- Formulario de aplicación de la institución diligenciado y firmado
4. *Payment*: Una vez se llena la aplicación y la institución ha generado la carta de oferta donde se especifica las condiciones del programa que el usuario esta tomando con precios de curso, fechas de inicio y terminación de curso, políticas de la institución, entre otros, se envía al usuario la información para que puede realizar el pago.
- Vía correo electrónico se envía la carta de oferta al usuario
  - Pago del 100% del curso y adicional a eso se debe realizar el pago completo del seguro médico
  - Una vez se obtiene la confirmación de pago y el seguro médico listo se solicita la matrícula a la institución
5. *Visa process*: para el proceso de visado se deben tener en cuenta los siguientes lineamientos.
- Revisión documentos académicos
  - Documentos financieros: dentro de estos documentos se debe tener en cuenta que cuando se aplica a programas en el exterior las embajadas exigen un dinero a demostrar por medio de tarjetas de crédito, certificados de cuentas de ahorro o corriente, CDT.
  - Documentos del patrocinador: cuando se habla de este tipo de documentos hacemos referencia a las personas que ayudaran a usuario a demostrar ese dinero ante la embajada. El máximo de personas es tres, ya sea que entre las tres completen el monto a demostrar o que una de las tres tenga todo el dinero. Así mismo estas tres personas solo pueden ser padres de familia, abuelos, tíos o hermanos del aplicante al programa

- Documentos traducidos oficialmente: documentos expedidos por el banco o diplomas universitarios deben ser traducidos de manera oficial para poder presentarse ante la embajada de los diferentes países en los cuales se ofrecen los programas
  - Revisión final de la documentación de visado
  - Aplicación a la visa estudiantil
  - Pago de la visa
  - Realización de exámenes médicos y Biométricos
  - Aprobación de visa
6. *Travel arrangements*: Una vez llega la aprobación de la visa se procede a realizar los arreglos de viaje.
- Reembolso inscripción ISC Colombia
  - Compra de tiquetes
  - Revisión de hospedaje, transporte, tiquetes y seguro médico en orden
  - Seguro de viaje
  - Licencia de conducción internacional
  - Seminario de adaptación cultural y de trabajo
7. *Student tracking*: cuando el usuario llega a su lugar de destino se realiza el servicio posventa por parte de ISC Colombia.
- Seguimiento al usuario una vez iniciado el programa de estudio
  - Testimonio foto o video del servicio ofrecido
8. *Study completed*: Finalmente se realiza el seguimiento una vez el usuario ha finalizado el ciclo del programa en el destino final.

## Conclusiones

El diseño del plan de marketing en ISC Colombia permitió organizar y planificar las actividades que contribuyeron a abarcar un mayor número de clientes interesados en los programas ofrecidos por la compañía por medio de las alianzas estratégicas y participación en eventos en la ciudad de Bucaramanga.

Teniendo en cuenta que en el presente año la compañía está cumpliendo 15 años de constituida, se crearon promociones atractivas para los usuarios ofreciendo diferentes beneficios acordes al programa seleccionado de su preferencia.

El desarrollo de cada una de las actividades establecidas en el plan de marketing trajo consigo muchos beneficios como: promover el trabajo en equipo, una mejor organización interna dentro de la compañía, establecer una relación entre los servicios ofrecidos, objetivos planteados y recursos con los cuales cuenta la empresa.

Con el fin de mejorar los procesos de la compañía se diseñó un manual de procesos por cada programa basado en un modelo de gestión documental que permita a través de la aplicación Bizagi estructurar el paso a paso de los procesos con base en el usuario, el personal y las partes externas que influyen en cada uno de los programas.

Los manuales de proceso y de entrenamiento diseñados permitirán desempeñar de manera clara y concisa la labor de los asesores comerciales en cada uno de los programas ofrecidos, dado el caso que la compañía reclute nuevo personal y este no cuente con experiencia suficiente en temas de estudios académicos en el exterior e intercambio cultural.

## **Recomendaciones**

Se recomienda encargar a una sola persona en el área de marketing, la cual cumpla las funciones de movimiento de redes sociales, promociones y publicidad, convenios y alianzas estratégicas con diferentes instituciones.

Es fundamental que la compañía se trace objetivos a corto, mediano y largo plazo, y de acuerdo con esos objetivos se retroalimente el plan de marketing constantemente.

Se recomienda realizar capacitaciones semestrales de la atención al cliente, teniendo en cuenta que este factor es fundamental cuando hablamos de empresas que ofrecen servicios de programas de estudio académico en el exterior e intercambio cultural, pues bien sabemos que el contacto con el cliente es directo en todo momento.

Finalmente, es de vital importancia que la compañía con base en el sistema de gestión documental estructure un manual de funciones por cada cargo en los diferentes programas y realice seguimiento de los procesos que se están llevando a cabo.

### Referencias Bibliográficas

ATS Gestión Documental. (s.f). Conoce los 8 pasos de la gestión documental en archivo.

Recuperado de: <https://atsgestion.net/gestion-documental-en-archivo/>

Effective Management. (s.f). El Plan de Marketing. Recuperado de:

<http://www.euskadi.eus/gobierno->

[vasco/contenidos/informacion/kiroleskola/eu\\_kirolesk/adjuntos/El%20plan%20de%20Marketing.pdf](http://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/contenidos/informacion/kiroleskola/eu_kirolesk/adjuntos/El%20plan%20de%20Marketing.pdf)

Franco, B. y Pérez, R. (s.f). Directrices – Requisitos para un Sistema de Gestión de Documentos.

Recuperado de: <http://mgd.redrta.org/directrices-requisitos-para-un-sistema-de-gestion-de-documentos/mgd/2015-01-20/095959.html>

Jiménez, E. y Iturralde, R. (2017). La importancia de la elaboración del plan de marketing en las

empresas de servicio. Recuperado de:

<http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/marketing-empresas-ecuador.html>

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. Recuperado de:

[http://www.southamericanuniversity.org/tecnico/textos/1a\\_fundamentos\\_de\\_marketing.pdf](http://www.southamericanuniversity.org/tecnico/textos/1a_fundamentos_de_marketing.pdf)

Marquéz, N. (2014). Programa de Gestión Documental. Recuperado de:

[https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-7077\\_Programa\\_Gestion\\_Documental.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-7077_Programa_Gestion_Documental.pdf)

Microsystem. (s.f). Importancia de la gestión documental para su empresa. Recuperado de:

<https://www.microsystem.cl/importancia-de-la-gestion-documental-para-su-empresa/>

MinTic. (2014). Programa de Gestión Documental. Recuperado de:

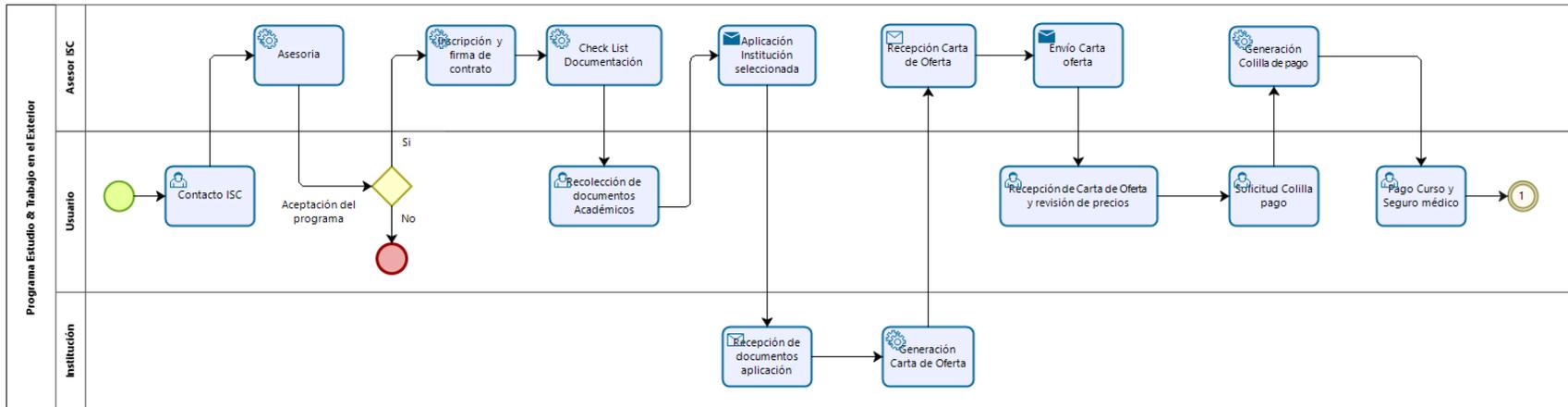
[https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-77\\_Programa\\_Gestion\\_Documental.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-77_Programa_Gestion_Documental.pdf)

Stanton, W. Etzel, M y Walker, B. (2007) Fundamentos Marketing. Recuperado de:

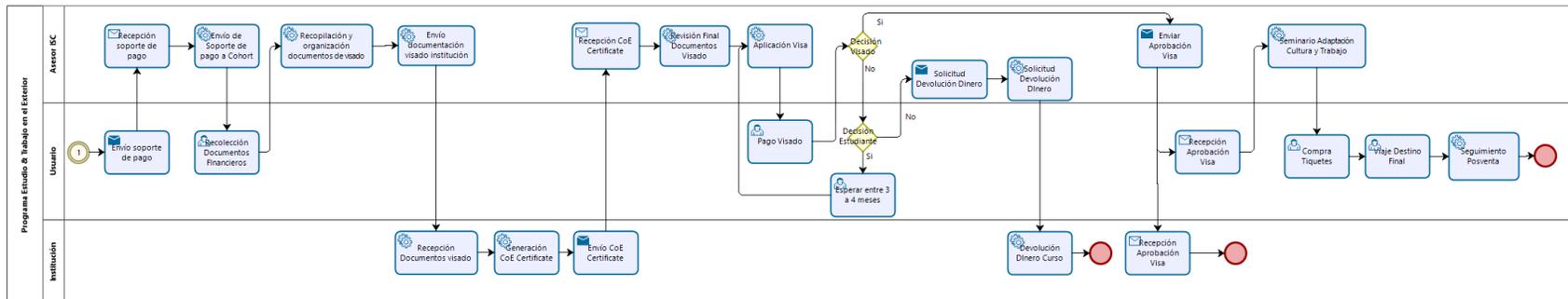
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10709/ART%C3%8DCULO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

## ANEXOS

### Anexo A. Manual de procesos Programa Estudio & Trabajo en el exterior

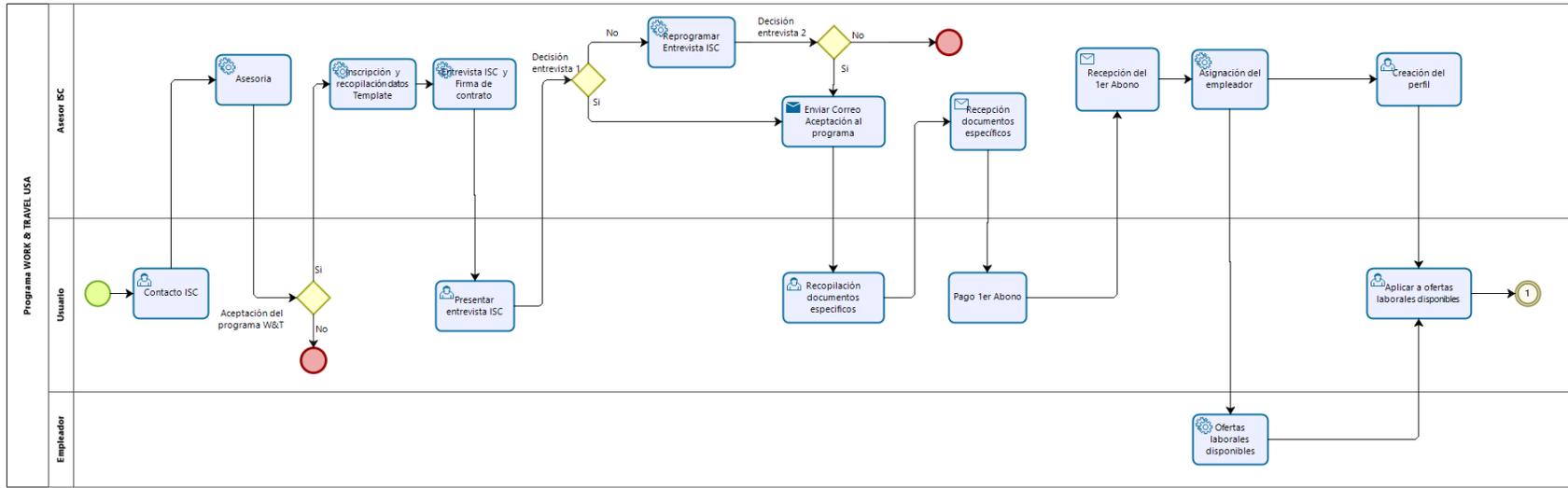


Powered by bizagi Modeler

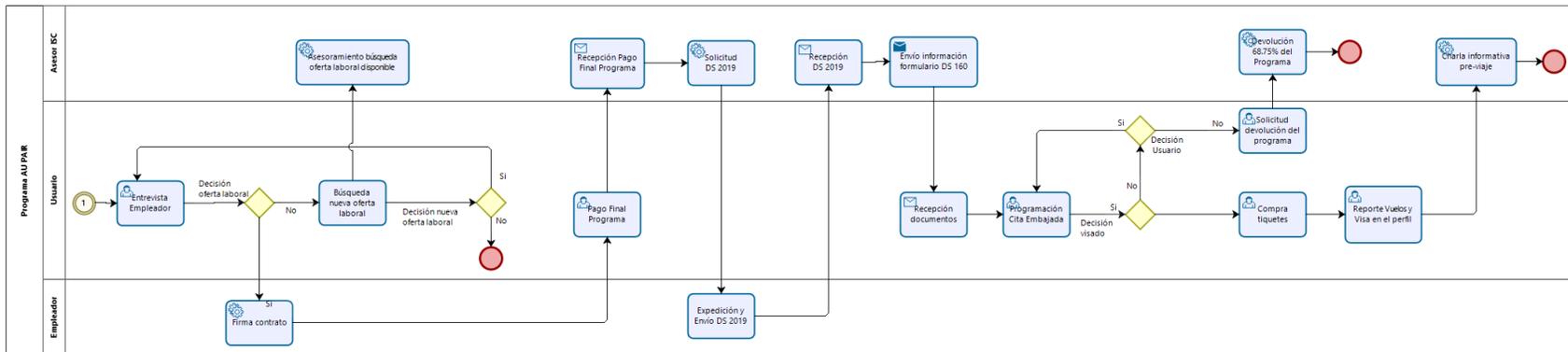


Powered by bizagi Modeler

Anexo B. Manual de procesos Programa *Work & Travel* USA

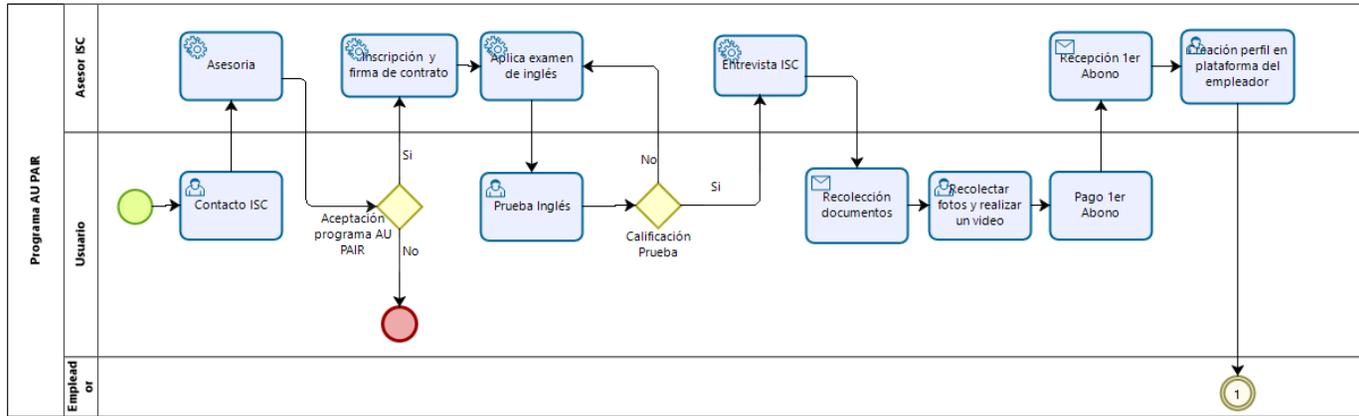


Powered by bizagi Modeler

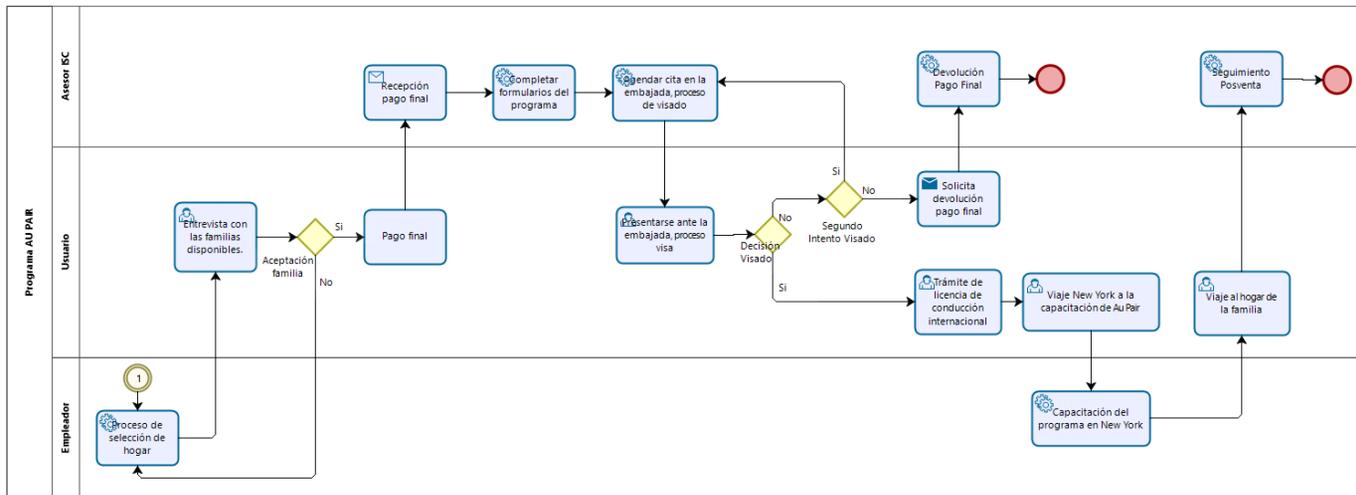


Powered by bizagi Modeler

Anexo C. Manual de procesos Programa *Au Pair* USA



Powered by bizagi Modeler



Powered by bizagi Modeler

## Anexo D. Manual de entrenamiento Programa Estudio & Trabajo en el Exterior

	<p><b>1. LEAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Send Agency Information</li> <li>• Request Personal Information</li> <li>• Collect Study Goals</li> <li>• Destination Preferences</li> <li>• Send quotes and provide choices</li> </ul>
	<p><b>2. APPLY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enrollment Fee Paid</li> <li>• Passport Copy</li> <li>• Verify Payment with ISC</li> </ul>
	<p><b>3. INITIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Academic Entry Requirement E-mail Sent</li> <li>• CV Format</li> <li>• Academic Status in Home Country</li> <li>• Academic Program Selected</li> <li>• Application Form Completed and Sent</li> </ul>
	<p><b>4. PAYMENT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Get Letter of Offer</li> <li>• Payment 100% Submitted</li> <li>• OSHC – Medical Insurance Ready</li> <li>• Get CoE from Education Provider</li> </ul>
	<p><b>5. VISA PROCESS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visa – Academic Documents</li> <li>• Visa – Financial Documents</li> <li>• Visa – Sponsor Documents</li> <li>• Official Translation Documents</li> <li>• Collect Visa Documents</li> <li>• Submit Visa Application</li> <li>• Visa Payment Ready</li> <li>• Visa – Medical Examinations</li> <li>• Visa – Biometric Information</li> <li>• Visa Granted</li> </ul>
	<p><b>6. TRAVEL ARRANGEMENTS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ISC Enrollment Fee - Refund</li> <li>• Flights Ready</li> <li>• Airport pick up Service Ready</li> <li>• Accomodation Service Ready</li> <li>• Arrange extra services such as homestay</li> <li>• Additional Travel Coverage</li> <li>• International Driving License Ready</li> <li>• Pre – Departure Orientation</li> </ul>
	<p><b>7. STUDENT TRACKING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Follow up with student once their program has started</li> <li>• Photo – Testimony Requested</li> </ul>
	<p><b>8. STUDY COMPLETED</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Follow up with student when their program ends</li> </ul>