

C.C.E (Convenio Comercial Empresarial).

Mariana Rodríguez Palacios.

Trabajo grado para optar el título de profesional en Negocios Internacionales.

Dirigido por:

Diego Fernando Castillo Castellanos.

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales.

Bogotá

2020.

**ÍNDICE.**

<b>PARTE I</b> .....	1
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	1
<b>RESUMEN</b> .....	1
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>PARTE II LA EMPRESA</b> .....	3
<b>Aspectos Generales</b> .....	3
<b>1.1.1 Misión</b> .....	4
<b>Visión</b> .....	4
<b>Valores</b> .....	4
<b>1.1.2 Ubicación Geográfica</b> .....	5
<b>1.1.3 Estructura Organizativa</b> .....	5
<b>1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica</b> .....	5
<b>1.1.4.1 Análisis FODA</b> .....	6
<b>1.1.4.2.1 Fortalezas</b> .....	6
<b>1.1.4.2.2 Oportunidades</b> .....	6
<b>1.1.4.2.3 Debilidades</b> .....	6
<b>1.1.4.2.4 Amenazas</b> .....	7

**PARTE III PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.....7**

**2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.....7**

**2.2 Partiendo del planteamiento central.....8**

**2.3 Objetivo General del informe de prácticas profesionales que le permitan dar respuesta oportuna y/o recomendaciones a la problemática identificada. ....8**

**2.3.1 Específicos .....9**

**3.1 Propuesta de Mejora. ....9**

**3.2 Conclusiones.....10**

**3.3 Bibliografía.....11**

**PARTE V SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL.....11**

**3.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales.....11**

**3.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes.....12**

**3.1.1.1. Ciclo 1 (16 de junio – 16 de julio).....12**

**3.1.1.2. Ciclo2 (16 de julio – 16 de agosto).....12**

**3.1.1.3. Ciclo 3 (16 de agosto – 16 de septiembre).....13**

**3.1.1.4. Ciclo 4 (16 de septiembre – 15 de octubre).....14**

**Lista de Figuras**

**Figura 1. Organigrama de la compañía Michigan Master.....5**

**PARTE I.**

**Agradecimientos.**

Agradezco en primer lugar a Dios por el don de la vida, por su amor, cuidado, guía y protección en este proceso y en todos; continúo agradeciendo a la Universidad Santo Tomás por darme la oportunidad de cumplir el sueño de ser profesional, que se caracterizó por su calidez, compromiso y especialmente su formación integral, lo cual me ha hecho una excelente profesional y un mejor ser humano.

Agradezco a mi tutor Diego Fernando Castillo Castellanos y profesor de prácticas Luis Rodrigo Castelazo Torres, de los cuales recibí su apoyo incondicional, sus conocimientos y direccionamiento para lograr en el desarrollo de mi proyecto de grado. De igual manera agradezco a la compañía Michigan Master S.A.S ya que me dieron su confianza para poder aportar mis conocimientos y su vez adquirir experiencia y crecimiento laboral; en especial a mi Subdirectora Katherine Hortua Montenegro por su apoyo, motivación y acompañamiento.

Agradezco a mis padres y hermano porque sin ellos no hubiese sido posible el cumplimiento de este logro, gracias por su amor, sacrificio, esfuerzo y apoyo incondicional durante todo el proceso.

Por ultimo, como dijo Kobe Bean Bryant “Everething negative, pressure, challenges, it’s all opportunity for me to rise.”, que desde muy pequeña fue un ejemplo a seguir por su liderazgo, excelencia, tenacidad, disciplina y don del servicio.

**Resumen.**

El presente trabajo demuestra el análisis que se tuvo en cuenta para diseñar un convenio que le permitiera a Michigan Master diversificar el target, ampliar el portafolio de clientes incursionando en un mercado que está compuesto por un 90% de funcionarios del Estado y mitigar el riesgo de deserción, por ende, mejorar los ingresos y la rentabilidad dadas a las nuevas ventas originadas con el convenio suscrito y de igual manera que a los afiliados de la cooperativa Juriscoop les facilitara la financiación en la capacitación en el idioma inglés.

**Introducción.**

En el ranking del estudio English Proficiency Index (EPI) realizado por EF (Education First), Colombia pasó del puesto 60, en el 2018, a la posición número 68, en el 2019. El país tiene un dominio del inglés bajo, y roza con el nivel muy bajo, con una calificación de 48,75 puntos sobre 100. Además, de los 19 países de la región que están en el estudio, Colombia ocupa el puesto 17 y solo supera a Venezuela y Ecuador. (El portafolio, 2019).

Dado lo anterior se observó una oportunidad de negocio con los servidores públicos pertenecientes a la Rama Judicial, los cuales con el fin de ser más competitivos laboralmente necesitan dominar el idioma inglés ya que por la globalización se presentan litigios en operaciones internacionales, en donde las personas en conflicto se interrelacionan a través de documentos en lengua anglosajona o acuden a dirimir sus controversias ante tribunales internacionales que se manejan en inglés; convirtiéndose de esta manera para Michigan Master en un mercado muy atractivo por su nivel de ingresos y estabilidad laboral. Por ello se buscó suscribir un convenio empresarial el cual fomente el interés por aprender dicho idioma, basado en descuentos especiales

y planes de financiación que permitan el fácil acceso a los programas de aprendizaje de Michigan Master, logrando fomentar la educación, el aprendizaje y de igual manera generando nuevas oportunidades de negocio para la compañía. La firma del convenio se realizó a través de la Cooperativa Juriscoop, la cual lleva más de 40 años en el sector cooperativo colombiano y que cuenta actualmente con más de 43.000 asociados a nivel Nacional, permitiendo de esta forma ampliar exponencialmente las ventas de programas de aprendizaje.

## **PARTE II LA EMPRESA.**

### **Aspectos Generales.**

Michigan Master presta el servicio educativo en inglés, cualificando a las personas en competencias comunicativas efectivas con altos estándares de calidad, que le posibiliten insertarse en el campo académico y laboral de la economía global, en la modalidad presencial, con innovaciones pedagógicas flexible y pertinentes. En la sede Normandía, la modalidad de educación es para el trabajo y el desarrollo humano, esta información se brinda dando cumplimiento a la disposición consagrada en el artículo 23 de la Ley 1480 de 2011. Y la sede de Chicó el servicio es de renovación y profundización de los conocimientos del idioma inglés, interpretando el Art. 43 Ley 115/94 que regula el servicio de educación informal; la modalidad de educación es informal y no conduce a título alguno o certificado de aptitud ocupacional, tal como lo establece la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes. (Michigan Master, 2020)

**1.1.1 Misión.**

MICHIGAN MASTER SAS es una institución de educación privada, orientada a satisfacer las necesidades y expectativas de la comunidad, desarrollando programas académicos; que cumple en términos de calidad, con los requisitos exigidos acordes a la legislación educativa, con una cobertura nacional y proyección internacional, de programas académicos en la modalidad presencial incluyendo el aprendizaje de una segunda lengua; formando de manera integral a la persona con competencias que lo habiliten para desempeñarse académica y laboralmente con una visión global, con profunda formación en valores éticos, políticos, económicos, ambientales y culturales. (Michigan Master, 2020)

**Visión.**

Para el año 2020 MICHIGAN MASTER SAS se proyecta como una institución, a nivel local, regional y nacional, reconocida como una institución líder en la organización, promoción, desarrollo y la prestación de servicios educativos en Idiomas, con altos estándares de calidad en la modalidad presencial, con innovaciones pedagógicas flexible y pertinentes, contribuyendo al desarrollo humano de la nación, apoyado en un equipo humano profesional competitivo con altas calidades académicas. (Michigan Master, 2020)

**Valores.**

MICHIGAN MASTER SAS recomienda los principios y valores que podría adoptar la comunidad educativa, en el marco del Proyecto Educativo Institucional PEI, cuya vigencia continúa y sobre los cuales se rigen las acciones corporativas y sus miembros, para la construcción de comunidad y sociedad. (Michigan Master, 2020)

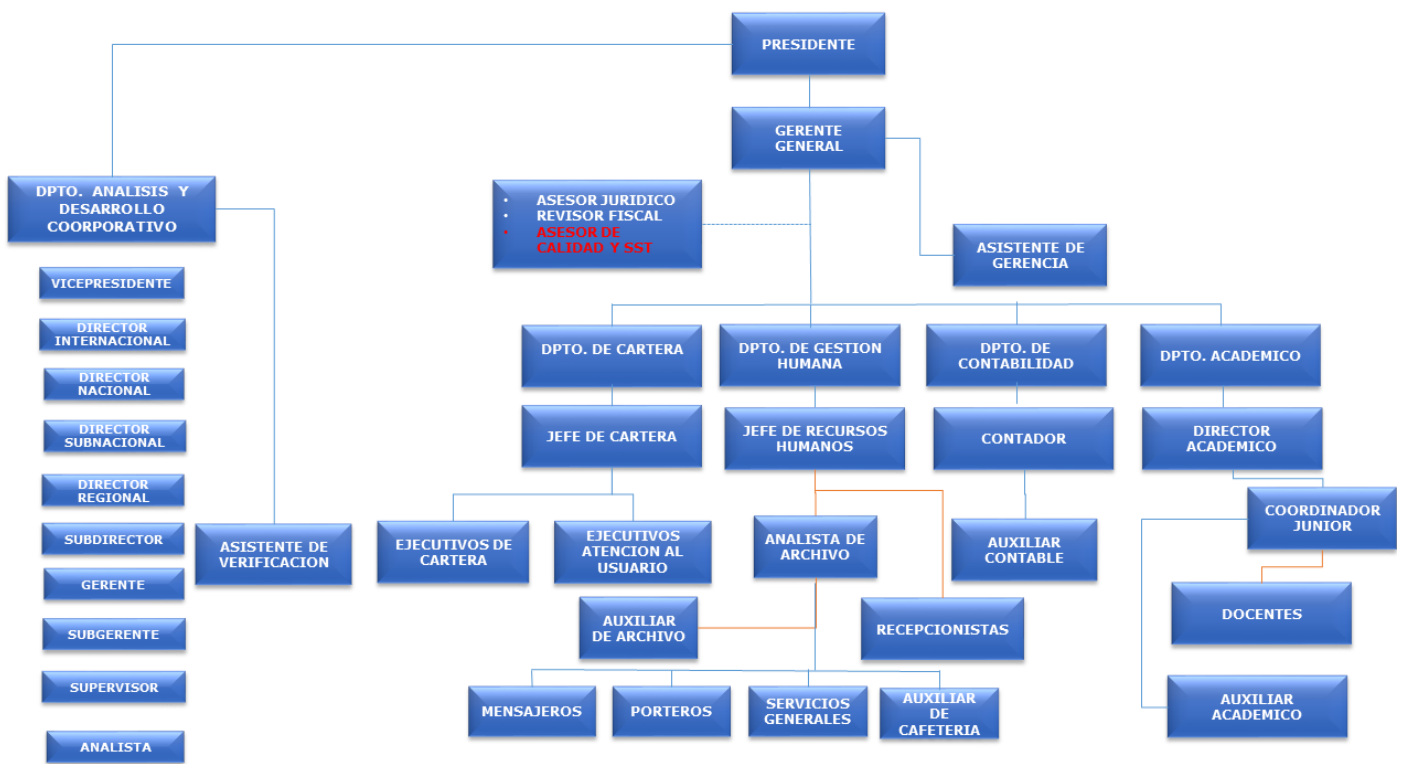
**1.1.2 Ubicación Geográfica.**

Michigan Master actualmente cuenta con presencia física en Bogotá Colombia, Lima Perú y próximamente en Monterrey México. Y de manera on-line de en todo América.

Las sedes de Bogotá se encuentran en Normandía ubicada en la Av. Boyacá #48A-69 y en Chicó está ubicada en la Cl. 106A #18B-34.

**1.1.3 Estructura Organizativa.**

Figura 1. Organigrama de la compañía Michigan Master.



Fuente. Michigan Master S.A.S. (2020). *Quiénes somos*. Michigan Master S.A.S. <https://www.michiganmaster.edu.co/nosotros.php>

**1.1.4 Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.**

Departamento de análisis y desarrollo corporativo, es el encargado de posicionar la marca de Michigan Master.

**1.1.4.1 Análisis FODA**

**1.1.4.2.1 Fortalezas.**

- Metodología innovadora, soportada por una base científica.
- Docentes bilingües y nativos, certificados y pedagogos.
- Modalidad presencial y on-line
- Membresía vitalicia (Clases ilimitadas para nuestros estudiantes egresados).

**1.1.4.2.2 Oportunidades.**

• Por el bajo nivel de inglés que se presenta en Colombia y el alto volumen de exigencia, hace necesario dominar el idioma inglés.

• Al ser el idioma inglés uno de los tres más importante en el mundo y hablado en 59 países según la BBC English Mobile en el año 2020, lo hace un idioma indispensable para actividades comerciales, laborales y turísticas. (BBC English Mobile, 2020)

• La exigencia de universidades e instituciones educativas para que sus estudiantes dominen el idioma inglés determinados niveles. (A1, A2, B1 o B2)

• Generar convenios con entidades financieras y cooperativas, facilitando la financiación del programa de capacitación en el idioma inglés.

**1.1.4.2.3 Debilidades.**

• Bajo número de sedes físicas a nivel nacional.

• Carencia de programas dirigidos a menores de 14 años.

• Dentro de su portafolio de clientes no hay profesionales egresados, adultos y profesionales con especializaciones.

- Poca inversión en medios masivos de publicidad (televisión, radio o prensa).

**1.1.4.2.4 Amenazas.**

- Competencia desleal.
- Aumento de número de escuelas, institutos y programas que ofrecen la capacitación del idioma inglés.
- Incertidumbre económica generada por la pandemia (Covid-19).
- Poco acceso a conectividad.

**PARTE III PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.**

**2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.**

Durante la experiencia en el cargo de analista de procesos, se detectó que la compañía Michigan Master no tiene un posicionamiento fuerte en el mercado porque carece inversión en medios masivos de publicidad como radio, prensa o televisión, es decir, no está orientado a la publicidad de su marca; su único medio para promocionarla es el voz a voz, que si bien ha generado resultados limita la posibilidad de llegar a más consumidores en diferentes nichos de mercado. Por otro lado, el target de Michigan Master siempre ha sido el mismo, estudiantes y futuros profesionales, lo que no ha permitido una mayor expansión en su portafolio de clientes.

Por ello se identificó suscribir un convenio empresarial a fin de minimizar dichas debilidades, creando una alianza entre Juriscoop y Michigan Master con el fin de subsanar la poca publicidad, utilizando la página web de nuestro aliado estratégico ya que en esta existe un espacio en el cual

brindan toda la información referente al convenio suscrito entre Juriscoop y Michigan Master. Ahora bien, a pesar de la numerosa competitividad de institutos que ofrecen programas de capacitación en el idioma inglés, genera mayor confianza a los asociados de nuestro aliado, debido a que los servicios de Michigan Master son de uso exclusivo para ellos, con un valor agregado, el cual consiste en descuentos y planes de financiación que permitirán de manera más ágil el acceso a nuestro programa. Y a su vez, este convenio amplió el portafolio de clientes, para este caso con empleados del sector público.

### **2.2 Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.**

La importancia de las prácticas es poder desarrollar y aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, ayudando a generar mayor rentabilidad en la compañía y fomentando la educación y aprendizaje de un idioma extranjero. De igual manera ha sido satisfactorio encadenar lo aprendido en el alma mater y el ámbito laboral, hasta descubrir habilidades como el contacto con clientes potenciales y la responsabilidad de liderar un equipo de trabajo.

### **2.3 Objetivo General**

Generar una herramienta comercial que permita incursionar en nuevos sectores de la economía atrayendo alumnos al programa ofrecido por la compañía, con el fin mejorar la competitividad y el nivel educativo estudiantil y laboral colombiano; logrando a su vez generar más y mejores oportunidades de negocio para la compañía.

**2.3.1 Específicos.**

- Incrementar el número de alumnos diversificando el portafolio de clientes en diferentes sectores económicos.
- Establecer planes de inversión y financiación más asequibles, los cuales permitan disminuir la deserción de alumnos al programa.
- Mejorar la rentabilidad de la compañía gracias a la firma de convenios y acuerdos empresariales.
- Realizar alianzas comerciales con el fin de diseñar programas corporativos, que permitan posicionar a Michigan Master como una compañía líder en el sector.

**PARTE IV CONTENIDO PLAN DE MEJORA**

**3.1 Propuesta de Mejora.**

Una vez identificada la oportunidad de mejorar de la compañía se realizó un análisis sobre perfiles de posibles clientes que tuvieran estabilidad laboral, buen nivel de ingresos y en general características homogéneas, perteneciendo a algún tipo de agremiación, sociedad o sector y se llegó a la conclusión que podrían ser asociados de alguna entidad cooperativa. Se procedió a enviar una propuesta Juriscoop en la cual se presentaba el portafolio de productos y servicio de Michigan Master, con unos beneficios diferenciadores en términos de costo y beneficio.

Posteriormente se consiguió el contacto del área comercial de Juriscoop para que se contactaran entre las áreas comerciales de las dos entidades y concretar los términos y condiciones del convenio. Una vez las partes estuvieron de acuerdo se suscribió el convenio el cual le permitirá a los asociados de Juriscoop acceder al programa de inglés con descuentos especiales y con

financiación suministrada por financiera Juriscoop; a su vez con la firma del convenio Michigan Master se verá beneficiado con más de 43.000 asociados a nivel nacional, los cuales son empleados del Estado. Dicho convenio le permitirá a Michigan Master utilizar el portal web de Juriscoop en donde se tendrá un espacio para mostrar las bondades del convenio.

De igual manera, una vez superada la pandemia en alianza con Juriscoop se realizarán ferias educativas, ubicación de Stand en edificios del sector oficial como La Personería de Bogotá, La defensoría del Pueblo, La Procuraduría General de la Nación, El Bunker de la Fiscalía, entre otras entidades del sector público, teniendo la oportunidad de dar a conocer nuestra marca y los beneficios derivados del convenio firmado entre las dos partes.

### **3.2 Conclusiones.**

Durante las prácticas profesionales realizadas en la compañía Michigan Master S.A.S; Y por medio de la firma del acuerdo comercial suscrito entre Juriscoop y Michigan Master se logró acceder a más de 43.000 clientes potenciales, generando una mayor penetración en el mercado y rentabilidad para la compañía. A su vez el acuerdo suscrito permitirá la utilización de un plan de financiación de crédito educativo con tasa de interés del 0% a un plazo de 6 hasta 12 meses, para que nuestros clientes potenciales vinculados a la entidad, puedan pagar a través de financiación, permitiendo el acceso a más alumnos.

Para finalizar, las prácticas potencializaron habilidades comerciales, de liderazgo, trabajo en equipo, coaching, marketing (piezas publicitarias y publicaciones orgánicas), telemarketing, trabajo bajo presión, cumplimiento de indicadores, entre otros; convirtiéndome en una profesional más integra y capaz de afrontar los desafíos en el desarrollo de mi futura vida laboral.

### **3.3 Referencias.**

- BBC English Mobile. (2020). *Los países que hablan inglés y su porcentaje en el mundo*. BBC English Mobile. <https://www.englishmobile.com/post/los-paises-que-hablan-ingles-y-su-porcentaje-en-el-mundo>
- Portafolio. (2019). *Nivel de inglés de Colombia, uno de los más bajos de América Latina*. Portafolio. (2019). <https://www.portafolio.co/economia/nivel-de-ingles-de-colombia-uno-de-los-mas-bajos-de-america-latina-535494>
- Michigan Master S.A.S. (2020). *Quiénes somos*. Michigan Master S.A.S. <https://www.michiganmaster.edu.co/nosotros.php>

## **PARTE V SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL**

### **3.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a sus prácticas profesionales.**

Las actividades principales son coordinar y ejecutar el plan de posicionamiento de marca, agendar reuniones con prospectos, evaluar el perfil, desarrollar y ejecutar estrategias de negociación que permitan un beneficio “gana-gana” entre la compañía y sus clientes y apertura de nuevos mercados a nivel Latinoamérica para Michigan Master SAS, en donde debe estar en contacto con el cliente externo mediante la creación de diferentes estrategias publicitarias orientadas hacia la publicidad voz a voz que permitan a la empresa ser más visible en el mercado.

**3.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes**

**3.1.1.1. Ciclo 1 (16 de junio – 16 de julio)**

Funciones externas: Contacto telefónico, proceso de evaluación, trabajo de investigación, sondeos de opinión, ferias de servicios, desarrollo de estrategias publicitarias para redes sociales; recibir y reportar el pago realizado por el estudiante del valor de la matrícula y velar por la información que se diligencia, sea entregada de manera oportuna para su verificación.

Funciones internas: Asistir al programa de formación gerencial donde recibe capacitación constante en temas sobre liderazgo y, coaching personal, negociación, inteligencia emocional, psicología y emprendimiento.

Logros: Desarrollo de habilidades comunicativas y de negociación para ser más asertiva en el contacto con los clientes y generación de nuevas estrategias que le permiten a la compañía un mejor posicionamiento.

Dificultades: Adaptación a un nuevo entorno laboral.

**3.1.1.2. Ciclo2 (16 de julio – 16 de agosto)**

Funciones externas: Contacto telefónico, proceso de evaluación, trabajo de investigación, sondeos de opinión, ferias de servicios, desarrollo de estrategias publicitarias para redes sociales; recibir y reportar el pago realizado por el estudiante del valor de la matrícula y velar por la información que se diligencia, sea entregada de manera oportuna para su verificación.

Funciones internas: Asistir al programa de formación gerencial donde recibe capacitación constante en temas sobre liderazgo personal, coaching, negociación, inteligencia emocional,

psicología y emprendimiento. Aprendizaje de técnicas de negociación y experticia en el proceso evaluativo.

Logros: aprendizaje de estilos de liderazgo y de negociación para ser más asertiva en el contacto con los clientes generación de nuevas estrategias que le permiten a la compañía un mejor posicionamiento y evaluación de prospectos para el rechazo o aprobación de presupuesto.

Dificultades: Manejo de la plataforma para el diligenciamiento del beneficio.

### **3.1.1.3. Ciclo 3 (16 de agosto – 16 de septiembre)**

Funciones externas: Contacto telefónico, proceso de evaluación, trabajo de investigación, sondeos de opinión, ferias de servicios, desarrollo de estrategias publicitarias para redes sociales; recibir y reportar el pago realizado por el estudiante del valor de la matrícula y velar por la información que se diligencia, sea entregada de manera oportuna para su verificación; coordinación y supervisión de equipos de trabajo.

Funciones internas: Asistir al programa de formación gerencial donde recibe capacitación constante en temas sobre estilos de liderazgo, coaching, comunicación asertiva, negociación, inteligencia financiera, inteligencia emocional, psicología y emprendimiento; asistir del programa de Staff orientado al desarrollo y direccionamiento de equipos de alto rendimiento.

Logros: Desarrollo de habilidades comerciales, comunicación asertiva con futuros clientes para la compañía Michigan Master, generación de nuevas estrategias que le permiten a la compañía un mejor posicionamiento, evaluación de prospectos para el rechazo o aprobación de presupuesto y ascenso del cargo de analista de procesos a supervisora.

Iniciación del proceso del plan de mejora, convenio entre Michigan Master S.A.S y la cooperativa Juriscoop.

Dificultades: Adaptación al direccionamiento de un equipo de trabajo.

**3.1.1.4. Ciclo 4 (16 de septiembre – 15 de octubre)**

Funciones externas: Contacto telefónico, proceso de evaluación, trabajo de investigación, sondeos de opinión, ferias de servicios, desarrollo de estrategias publicitarias para redes sociales; recibir y reportar el pago realizado por el estudiante del valor de la matrícula y velar por la información que se diligencia, sea entregada de manera oportuna para su verificación; coordinación y supervisión de equipos de trabajo.

Funciones internas: Asistir al programa de formación gerencial donde recibe capacitación constante en temas sobre estilos de liderazgo, coaching, comunicación asertiva, negociación, inteligencia financiera, inteligencia emocional, psicología y emprendimiento; asistir del programa de Staff orientado al desarrollo y direccionamiento de equipos de alto rendimiento.

Logros: Aprendizaje de estilos de liderazgo, generación de nuevas estrategias que le permiten a la compañía un mejor posicionamiento, evaluación de prospectos para el rechazo o aprobación de presupuesto y coordinación y supervisión de mi equipo de trabajo (nuevos analistas).

Convenio establecido entre Michigan Master S.A.S y la cooperativa Juriscoop.

Dificultades: Aprendizaje al delegar correctamente la función de un equipo de trabajo.