

**Informe final de opción de Grado Práctica empresarial en SEP Colombia Group**

**Diana Catalina Ariza Gómez**

**Informe final para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales**

**Director**

**Geovanny Castro Aristizábal**

**Doctor en Economía**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Facultad de Negocios Internacionales**

**2023**

### **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios, a mi familia, especialmente a mi papá y a mi mamá que se han encargado de acompañarme, levantarme y darme animo durante todo el proceso, son los que han estado conmigo en los momentos buenos y malos se han esforzado todo este tiempo para que no me falte nada y para que pueda culminar esta etapa de la mejor manera.

Ellos han forjado la mujer que soy hoy en día y de la que están muy orgullosos, así como lo estoy yo de mí, porque gracias a su educación, perseverancia, paciencia y amor he podido llegar hasta acá y lograr muchas cosas.

### **Agradecimientos**

Quiero agradecer a Dios por cuidarme y darme fuerza para continuar todos los días a mis padres que son los que siempre han estado conmigo para levantarme cuando siento que ya no doy más, que siempre han creído en mí, agradezco a mis abuelos y a mis hermanos que siempre se han preocupado por mi bienestar y para que salga adelante, a mis tíos que me han brindado su apoyo incondicional.

A mis profesores del colegio y de la universidad gracias por ser parte del proceso, por la paciencia y por todos los conocimientos y buenos valores que me enseñaron para poder llegar a ser una profesional íntegra y una gran persona. A mis amigos compañeros de la universidad por brindarme su compañía, sus conocimientos y su apoyo día a día.

Gracias también a mis jefes y mis compañeros de trabajo que me apoyaron y tuvieron paciencia durante el desarrollo de mi práctica y me enseñaron a crecer profesionalmente.

A todos ustedes solo tengo para decirles gracias y las palabras nunca serían suficientes para demostrarles lo agradecida que estoy con ustedes.

## Contenido

Introducción.....	12
1. Contexto de la Práctica Empresarial .....	13
1.1 Justificación.....	13
1.2 Objetivos .....	13
1.2.1 Objetivo general .....	14
1.2.2 Objetivos específicos.....	14
2. Perfil de la Empresa .....	14
2.1 Razón Social de la empresa.....	14
2.2 Objeto Social de la empresa .....	14
2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa.....	15
2.4 Estructura organizacional.....	15
2.4.1 Misión de la empresa.....	15
2.4.2 Visión de la empresa .....	16
2.4.3 Organigrama de la empresa .....	16
2.5 Aspectos Económicos .....	16
2.5.1 Entorno Macroeconómico .....	17
2.5.2 Entorno Microeconómico .....	23
2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa .....	25
2.7 Aspectos del Mercado que atiende la empresa.....	28
3. Cargo y funciones desempeñadas .....	31
3.1 Cargo desempeñado .....	31
3.2 Funciones asignadas .....	31

3.3 Procesos, procedimientos y herramientas .....	32
4. Marco Conceptual y normativo .....	34
4.1 Marco Conceptual.....	34
4.2 Marco Normativo .....	36
5. Aportes .....	39
5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa .....	39
5.1.1 Identificación de la situación problemática .....	39
5.1.2 Impacto desde los resultados y/o logros .....	40
5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo .....	41
5.3 Plan de mejora .....	41
6. Conclusiones y Recomendaciones .....	46
Referencias .....	48

**Lista de tablas**

**Tabla 1.** *Listado de funciones y horas asignadas* .....31

**Tabla 1.** *Listado de funciones y horas asignadas* .....31

**Lista de figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Organigrama SEP Colombia Group</i> .....	16
<b>Figura 2.</b> <i>Análisis PEST SEP Colombia Group</i> .....	23
<b>Figura 3.</b> <i>Análisis variables microeconomicas</i> .....	25
<b>Figura 4.</b> <i>Aspectos del mercado que atiende</i> .....	31

### Resumen

Las prácticas empresariales son un aporte muy importante a la vida y al crecimiento del estudiante ya que permite desarrollar habilidades, conocimientos, criterios y destrezas ya que complementan y soportan la formación ya que se exponen todas las competencias desarrolladas en el contexto empresarial. La práctica realizada en la empresa SEP Colombia Group durante un periodo de 4 meses permitieron desarrollar habilidades como el diseño de campañas publicitarias, sistematización, comunicación con clientes nacionales e internacionales, estrategias de fidelización de los clientes, procesos de intercambio, investigación demográfica y coordinación del proceso logístico de la empresa. El problema principal está en que la empresa no era muy activa en las redes sociales no diseñaban estrategias para fidelizar a sus clientes y llamar la atención de ellos, no existía una cadena ordenada para cubrir la comunicación con los interesados y con los proveedores del programa, tampoco manejaban un pronóstico del cambio de las divisas ya sea para que subiera o bajara y no hacían proyecciones a futuro con el precio del dólar. El aporte a la empresa se ha basado en un orden en el proceso logístico de la empresa y en una mayor interacción de la empresa para darse a conocer por medio de las redes sociales por lo que gracias a esto muchos más clientes han conocido los servicios que se ofrecen y han querido ser partícipes de este proceso, se han mejorado los canales de comunicación tanto nacional como internacionalmente y se ha logrado seleccionar el público objetivo de una manera mucho más acertada.

*Palabras clave:* Comunicación, Estrategias, Mercadeo, Demografía, Intercambio

### **Abstract**

Business internships are a very important contribution to the life and growth of the student, since it allows the development of abilities, knowledge, criteria and skills, since they complement and support the training, since all the competences developed in the business context are exposed. The practice carried out in the company SEP Colombia Group during a period of 4 months allowed the development of skills such as the design of advertising campaigns, systematization, communication with national and international clients, customer loyalty strategies, exchange processes, demographic research and coordination of the logistics process of the company. The main problem is that the company was not very active on social networks, they did not design strategies to build customer loyalty and attract their attention, there was no orderly chain to cover communication with stakeholders and with program providers, they also did not handle a forecast of the currency exchange either to go up or down and they did not make future projections with the price of the dollar. The contribution to the company has been based on an order in the company's logistics process and on a greater interaction of the company to make itself known through social networks, so thanks to this, many more clients have known the services that are offered and have wanted to be part of this process, communication channels have been improved both nationally and internationally and it has been possible to select the target audience in a much more accurate way.

*Keywords:* communication, strategies, marketing, demography, exchange

## Glosario

*Comunicación:* es el proceso mediante el cual se transmite y recibe una información. Todo ser humano y animal tiene la capacidad de comunicarse con los demás. Pero, para que este proceso se lleve a cabo, es indispensable la presencia de varios elementos: que exista un emisor; es decir, alguien que transmita la información; un receptor, alguien a quien vaya dirigida la información y que la reciba; y un canal, que puede ser oral o escrito (Alí Osteicoechea, 2019).

*Estrategias:* es un concepto que hace referencia al procedimiento a través del cual se toman las decisiones en un escenario determinado con el objetivo de conseguir una o varias metas. Así, la estrategia no es más que la conexión que existe entre los objetivos últimos y las acciones que se han de poner en práctica para llegar a dicho objetivo (DELSOL, 2021).

*Fidelización de clientes:* es una medida de la probabilidad de que un cliente repita su compra con una empresa o marca. Es el resultado de la satisfacción del cliente, de las experiencias positivas y del valor global de los bienes o servicios que el cliente recibe de una empresa (Muguiru, 2016).

*Investigación de mercados:* la investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones (*Investigación de Mercados / QuestionPro*, 2023).

*Intercambio cultural:* el intercambio cultural es una oportunidad para vivir y aprender en un país diferente. Puede incluir la oportunidad de estudiar, trabajar o voluntariado en el país de destino. El objetivo principal del intercambio cultural es promover el entendimiento y el respeto mutuo entre personas de diferentes culturas. Los intercambios culturales pueden ser una excelente

forma de aprender sobre otras formas de vida y de mejorar habilidades de idioma y de comunicación (Vegas, 2022).

*Mercadeo*: es una acción que se desarrolla en un medio social, entre personas o entidades con un fin económico y administrativo, donde ambas partes, mediante un intercambio de intereses, obtienen lo que quieren (*Mercadeo - Concepto, Historia, Tipos Y Elementos*, 2013).

*Publicidad*: es una estrategia de mercadotecnia que envuelve la compra de un espacio en medios para divulgar un producto, servicio o marca, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar (Giraldo, 2019).

*Work and Travel*: es un programa de Intercambio dirigido a estudiantes universitarios de todos los países del mundo, el cual a través de una Visa J-1 de Intercambio Cultural, 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 turistas en los Estados Unidos, una vez han terminado su periodo de trabajo (*ISCColombia / Work and Travel USA*, 2015).

### **Introducción**

SEP Colombia es una empresa fundada en Bucaramanga que promueve programas de intercambio cultural en el exterior para estudiantes universitarios ayudándoles a reforzar el idioma inglés. Asignándole a los estudiantes un “Sponsor” que es como una especie de patrocinador que se encarga de recibirlos en Estados Unidos y orientarlos.

En este trabajo se puede observar el desarrollo de distintas actividades durante el periodo vigente de la práctica dentro de las cuales encontramos el desarrollo de estrategias para fidelizar a los clientes, comunicación con clientes internacionales “Sponsor”, desarrollo de pautas publicitarias, actividad en redes sociales, actualización de página web, estudio de la TRM, investigación de mercados objetivos.

Todos estos puntos que se mencionan anteriormente se han trabajado en conjunto dando apoyo a todos los integrantes de la empresa para poder lograr una mejor comunicación con los clientes tanto nacionales como internacionales, ya que en una empresa que se mueve en ese sector es muy importante manejar una buena atención al cliente y tener buena comunicación, uno de los aspectos más importantes ha sido apoyar en las proyecciones a futuro y en los cambios de las divisas ya que esto ha hecho una empresa mucho más organizada y con más visión de lo que podrá estar pasando tanto a corto como a largo plazo.

El cuerpo del presente informe consta sobre; estudio de clientes objetivos, análisis de la TRM, manejo de redes y sociales y tipos de estrategias para atraer clientes.

## **1. Contexto de la práctica empresarial**

Los siguientes numerales trataran el contenido contextualizado de la práctica empresarial realizada en SEP Colombia Group principalmente relacionado a los objetivos generales y específicos de la práctica empresarial, cargo que se desarrolló.

### **1.1 Justificación**

SEP Colombia Group brinda la posibilidad al practicante de aprender como es el desarrollo de un proceso internacional, como los estudiantes pueden salir legalmente del país a conocer diferentes culturas y a trabajar en el verano, pero esto es un proceso que conlleva muchos aspectos detrás.

La practicante ingresó a la empresa al momento en el que se iban a iniciar estos procesos, iniciando por el reclutamiento donde inicialmente debe hacer un estudio y una segmentación para poder escoger a los clientes potenciales que cumplan con todos los requisitos y características por medio de encuestas.

Además de esto también apoya en el manejo de las redes sociales para interactuar con más personas, brindando asesoramiento de estrategias que sean llamativas para páginas como Instagram, Facebook y apoyo en la página web, también debe comunicarse con clientes extranjeros y comunicarles cómo se va a desarrollar todo el proceso logístico del estudiante.

### **1.2 Objetivos**

En estos puntos, se hará enfoque al objetivo general y a los específicos que va a realizar el practicante.

### ***1.2.1 Objetivo general***

Proponer estrategias para que la empresa SEP COLOMBIA logre ser más visible ante la sociedad y para que sus clientes sigan siendo participes de sus servicios para así lograr un mejor posicionamiento.

### ***1.2.2 Objetivos específicos***

1. Proporcionar recomendaciones estratégicas para el crecimiento y desarrollo de la empresa en el futuro.
2. Recopilar información de clientes entre 18 y 28 años que sean estudiantes activos y analizar todas sus características para poderlos clasificar.
3. Elaborar mediante Excel unas tablas para el manejo de la información, para que al momento de organizar los datos sea más eficiente para los trabajadores dar una respuesta.

## **2. Perfil de la empresa**

A continuación, se puede observar toda la información relacionada con la empresa desde su razón social hasta su organigrama.

### **2.1 Razón Social de la empresa**

SEP COLOMBIA GROUP S.A.S

### **2.2 Objeto Social de la empresa**

SEP COLOMBIA GROUP, es una empresa fundada en la ciudad de Bucaramanga, Santander hace 10 años. Se encarga de promover programas de estudio e intercambio cultural,

prácticas universitarias y experiencias de trabajo en el exterior para estudiantes universitarios y/o profesionales fortaleciendo el idioma inglés como segunda lengua.

Las organizaciones conocidas como SPONSORS y se dedican al desarrollo, coordinación y supervisión de los diferentes programas de intercambio cultural bajo la visa J1 incluyendo el programa Work and Travel USA (Super User, 2023).

### **2.3 Dirección, teléfono, correo electrónico y jefe inmediato en la empresa**

- a) *Nombre:* Angie Bibiana Cote Torres
- b) *Dirección:* Calle 43 #29-55 edificio palmas 42 oficina 506
- c) *Teléfono:* 3004171077
- d) *Correo electrónico:* director@sepcolombia.com

### **2.4 Estructura organizacional**

En el siguiente apartado vamos a conocer historia de la empresa, como su misión su visión y los cargos que maneja dentro de su organización para poder llevar ac cabo y en orden todas sus labores.

#### **2.4.1 Misión de la empresa**

Student Exchange Programs SEP GROUP está comprometida con la difusión de programas de intercambio cultural, mediante el objetivo principal de generar un avance personal, académico y laboral a estudiantes y profesionales de toda Colombia. Distinguiéndose por la innovación, precio justo y sus altos estándares de calidad en el servicio para alcanzar la plena satisfacción de las necesidades y expectativas de todos nuestros clientes (Super User, 2023).

### 2.4.2 Visión de la empresa

Ser una organización líder en la región, reconocida por la calidad de su servicio y amplio portafolio de ofertas en cursos de idiomas, programas y experiencias interculturales en más de 25 países; logrando un impacto personal en nuestro cliente. Además del diseño de estrategias de mejora continua, mercadeo, internacionalización y optimización de los procesos, esto desde sus inicios en el año 2013 (Super User, 2023).

### 2.4.3 Organigrama de la empresa

**Figura 1.** Organigrama SEP Colombia Group



## 2.5 Aspectos Económicos

Mediante los aspectos macroeconómicos y microeconómicos vamos a lograr conocer todos los aspectos que influyen en la empresa.

### ***2.5.1 Entorno macroeconómico***

#### **2.5.1.1 Aspectos políticos.**

- a) Políticas migratorias y visados: las políticas migratorias y los requisitos de visado establecidos por los gobiernos pueden tener un impacto directo en la capacidad de la empresa para enviar participantes a determinados destinos. Cambios en las regulaciones de visado o restricciones más estrictas pueden limitar la oferta de programas y la demanda de los participantes.
- b) Acuerdos bilaterales y tratados internacionales: los acuerdos bilaterales o tratados internacionales entre los países de origen y destino pueden facilitar o dificultar la operación de una empresa de Work and Travel. Estos acuerdos pueden influir en la facilidad de obtención de visados, el acceso a oportunidades laborales y las condiciones para los participantes.
- c) Estabilidad política y seguridad: la estabilidad política y la seguridad en los países de destino son factores importantes que considerar. Los conflictos políticos, la inestabilidad social o la inseguridad pueden afectar negativamente la demanda de programas de Work and Travel hacia esos destinos específicos.
- d) Regulaciones laborales y derechos del trabajador: las regulaciones laborales y los derechos del trabajador pueden variar en diferentes países. Es importante que la empresa cumpla con las leyes laborales y garantice que los participantes estén protegidos y cuenten con condiciones laborales adecuadas durante su experiencia de trabajo en el extranjero.

- e) Regulaciones de protección al consumidor: las regulaciones relacionadas con la protección al consumidor pueden aplicarse a los servicios ofrecidos por la empresa, como la calidad de los programas, la información proporcionada a los participantes y la resolución de conflictos. La empresa debe asegurarse de cumplir con estas regulaciones para proteger los derechos de los participantes.
- f) Cambios de gobierno y políticas económicas: los cambios de gobierno y las políticas económicas implementadas pueden tener un impacto en la situación económica general, la estabilidad financiera y las oportunidades laborales en los países de destino. Estos factores pueden influir en la demanda de programas de Work and Travel y en la viabilidad de las oportunidades de empleo para los participantes.

#### **2.5.1.2 Aspectos económicos.**

- a) Situación económica global: la situación económica general, tanto a nivel global como en los países de origen y destino, puede tener un impacto significativo en una empresa de Work and Travel. En tiempos de recesión económica, es posible que los estudiantes tengan menos recursos disponibles para invertir en experiencias internacionales, lo que podría reducir la demanda de los programas de la empresa. Por otro lado, en períodos de crecimiento económico, es más probable que los estudiantes tengan mayor disposición a invertir en programas de Work and Travel.
- b) Tipo de cambio de divisas: las fluctuaciones en los tipos de cambio pueden tener un impacto en los costos de operación de la empresa. Si la moneda del país de destino se fortalece frente a la moneda del país de origen, los costos de los programas para los

participantes pueden aumentar. Por lo tanto, la empresa debe monitorear y gestionar cuidadosamente los riesgos asociados con los tipos de cambio.

- c) Costos laborales: los costos laborales en los países de destino pueden variar y afectar los márgenes de beneficio de la empresa. Por ejemplo, si los salarios y los costos asociados con la contratación de personal extranjero son altos, la empresa puede enfrentar mayores gastos operativos. Es importante evaluar y considerar estos costos al diseñar los programas y establecer los precios.
- d) Competencia y precios: la competencia en el mercado de Work and Travel puede afectar los precios y la demanda de los programas de la empresa. Si hay muchas empresas que ofrecen servicios similares, puede haber una presión competitiva para reducir los precios, lo que podría afectar la rentabilidad de la empresa. La capacidad de la empresa para diferenciarse y ofrecer valor adicional a los participantes puede ser clave para mantener una ventaja competitiva.
- e) Inflación y costos operativos: la inflación puede aumentar los costos operativos de la empresa, como el alquiler de oficinas, los costos de marketing y publicidad, los gastos administrativos y otros costos indirectos. Es importante que la empresa ajuste sus precios y presupuesto en consecuencia para mantener su rentabilidad.
- f) Políticas gubernamentales y subsidios: las políticas gubernamentales, como subsidios o incentivos fiscales, pueden afectar tanto a la empresa como a los participantes. Algunos gobiernos pueden ofrecer apoyo financiero o beneficios para promover los programas de Work and Travel, lo que puede influir en la demanda y en los costos para los participantes.

### **2.5.1.3 Aspectos socioculturales.**

- a) **Diversidad cultural:** los participantes en programas de Work and Travel provienen de diferentes culturas y países. Es esencial que la empresa tenga en cuenta y valore esta diversidad cultural al diseñar los programas y brindar apoyo a los participantes. La empresa debe fomentar la inclusión, el respeto y la comprensión intercultural para garantizar una experiencia positiva.
- b) **Idioma:** el idioma puede ser una barrera para los participantes en los programas de Work and Travel. La empresa debe proporcionar recursos y apoyo para superar las barreras lingüísticas, como clases de idiomas, materiales de estudio o asistencia en la comunicación.
- c) **Normas y costumbres sociales:** los participantes en los programas de Work and Travel pueden encontrarse con normas y costumbres sociales diferentes en los países de destino. La empresa debe proporcionar información y orientación sobre estas normas culturales para que los participantes puedan adaptarse y respetar las prácticas locales.
- d) **Estilos de vida y preferencias:** los estilos de vida y las preferencias de los participantes pueden variar según su país de origen. La empresa debe tener en cuenta estas diferencias y adaptar los programas para satisfacer las necesidades y expectativas de los participantes. Esto puede incluir opciones de alojamiento, actividades de ocio, tipos de empleo, entre otros.
- e) **Conciencia ambiental y sostenibilidad:** la conciencia ambiental y la sostenibilidad son aspectos socioculturales cada vez más relevantes. Los participantes pueden mostrar interés en programas que promuevan prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. La empresa puede incorporar prácticas sostenibles en sus programas y actividades, como

opciones de transporte ecológico, promoción de la reducción de residuos y actividades de voluntariado ambiental.

- f) Valores y ética laboral: los valores y la ética laboral pueden variar en diferentes culturas y sociedades. La empresa debe promover y garantizar condiciones de trabajo justas y respetuosas para los participantes, asegurándose de cumplir con las normas laborales y fomentando una cultura laboral positiva.

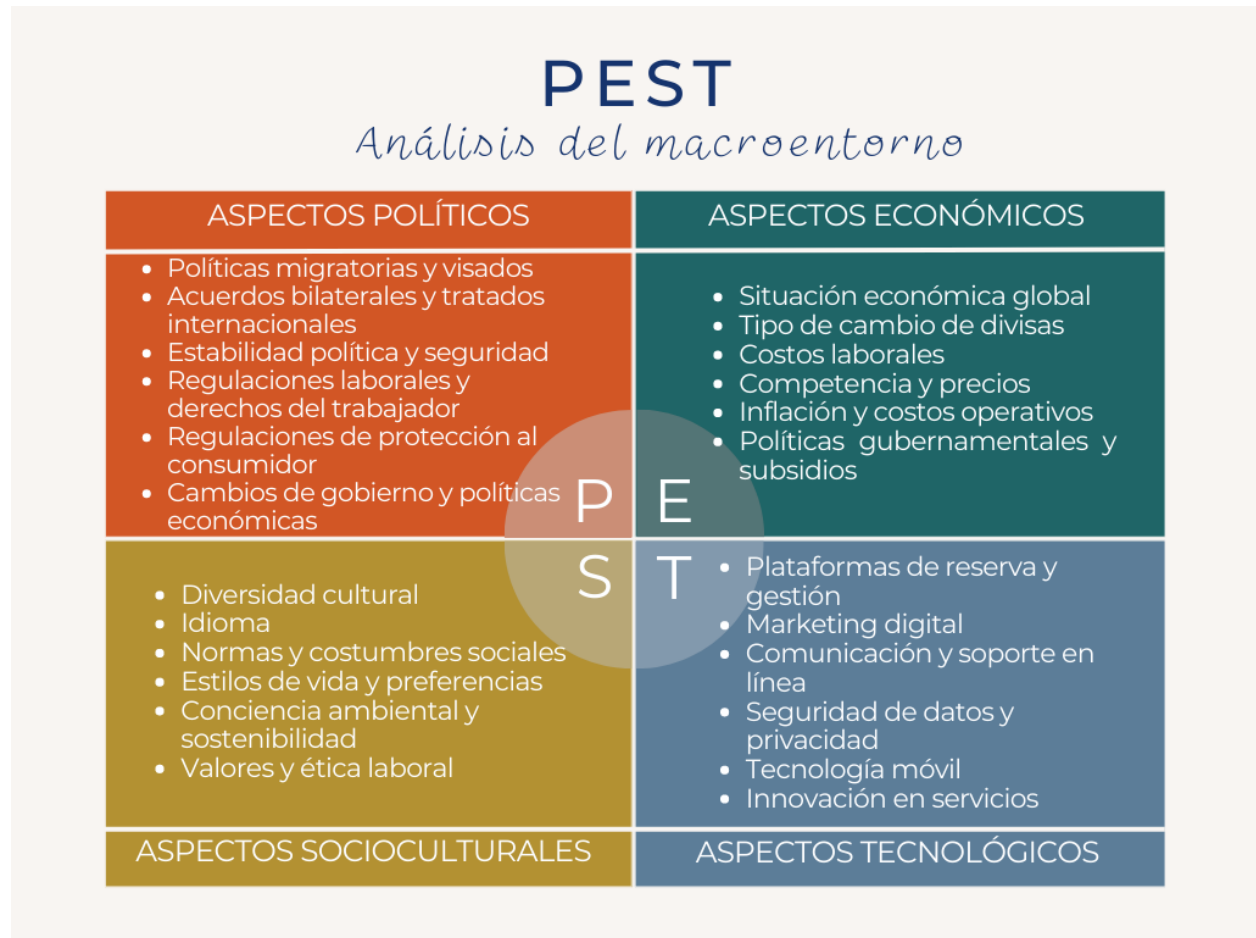
#### **2.5.1.4 Aspectos tecnológicos.**

- a) Plataformas de reserva y gestión: las plataformas tecnológicas de reserva y gestión son fundamentales para las empresas de Work and Travel. Estas plataformas permiten a los participantes reservar programas, gestionar su información personal, realizar pagos y acceder a recursos y asistencia. La eficiencia y facilidad de uso de estas plataformas pueden marcar la diferencia en la experiencia del participante y la satisfacción con los servicios de la empresa.
- b) Marketing digital: las estrategias de marketing digital son esenciales para promover los programas de Work and Travel. Las empresas pueden utilizar herramientas como redes sociales, marketing por correo electrónico, publicidad en línea y contenido digital para llegar a su público objetivo. La capacidad de utilizar eficazmente estas herramientas y adaptarse a las tendencias digitales puede influir en la visibilidad y atracción de la empresa.
- c) Comunicación y soporte en línea: la comunicación efectiva y el soporte en línea son aspectos clave para brindar un servicio de calidad a los participantes. Las empresas pueden utilizar plataformas de mensajería, chats en vivo, asistencia por correo electrónico o incluso

chatbots para responder preguntas, proporcionar orientación y resolver problemas de manera rápida y eficiente.

- d) Seguridad de datos y privacidad: las empresas de Work and Travel manejan una gran cantidad de datos personales de los participantes, como información de identificación, datos financieros y registros de viaje. Es fundamental que la empresa implemente medidas sólidas de seguridad de datos y cumpla con las regulaciones de privacidad para proteger la información confidencial de los participantes.
- e) Tecnología móvil: el uso de dispositivos y aplicaciones móviles se ha vuelto cada vez más común en la industria de viajes. Las empresas pueden desarrollar aplicaciones móviles que permitan a los participantes acceder a información sobre su programa, recibir actualizaciones en tiempo real, realizar pagos y obtener asistencia cuando sea necesario. La adaptación a la tecnología móvil puede mejorar la experiencia del participante y la eficiencia de las operaciones.
- f) Innovación en servicios: la empresa debe estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y buscar oportunidades de innovación en la prestación de sus servicios. Esto puede incluir el uso de realidad virtual para proporcionar visitas virtuales a los destinos, la implementación de herramientas de inteligencia artificial para mejorar la asistencia y recomendaciones personalizadas, o el uso de tecnologías de seguimiento para garantizar la seguridad de los participantes.

**Figura 2.** *Análisis PEST SEP Colombia Group*



Matriz análisis PEST.

**2.5.2 Entorno microeconómico**

Los aspectos microeconómicos se centran en los factores internos y específicos de una empresa de Work and Travel que pueden influir en su funcionamiento y desempeño económico.

A continuación, se presentan algunos aspectos microeconómicos relevantes:

- a) **Costos operativos:** los costos operativos incluyen todos los gastos necesarios para mantener la empresa en funcionamiento, como alquiler de oficinas, salarios del personal, suministros, servicios públicos, marketing y publicidad, entre otros. La gestión eficiente de los costos operativos es crucial para mantener la rentabilidad de la empresa.

- b) Estructura de precios: la empresa debe establecer una estructura de precios adecuada para sus programas de Work and Travel. Esto implica considerar los costos asociados con los servicios ofrecidos, como la colocación laboral, el alojamiento, la asistencia al participante y otros beneficios incluidos. Además, es importante tener en cuenta la demanda y la competencia en el mercado al fijar los precios.
- c) Estrategias de marketing: las estrategias de marketing son esenciales para atraer a los participantes y promover los programas de la empresa. Esto incluye la identificación y segmentación del mercado objetivo, el desarrollo de mensajes de marketing efectivos y la elección de los canales de comunicación adecuados para llegar a los participantes potenciales.
- d) Gestión de la calidad del servicio: la empresa debe asegurarse de brindar un servicio de alta calidad a los participantes. Esto implica establecer estándares de calidad, capacitar al personal de manera adecuada, realizar un seguimiento de la satisfacción de los participantes y tomar medidas correctivas si es necesario. Una reputación sólida basada en la calidad del servicio puede ser un factor importante para atraer y retener a los participantes.
- e) Relaciones con los proveedores y socios: la empresa debe establecer relaciones sólidas con los proveedores y socios que respalden sus operaciones. Esto incluye seleccionar proveedores confiables para el alojamiento, los servicios de colocación laboral y otros servicios asociados. La gestión efectiva de estas relaciones puede contribuir a la satisfacción de los participantes y a la eficiencia operativa.
- f) Análisis financiero: el análisis financiero es fundamental para evaluar el desempeño económico de la empresa. Esto implica realizar un seguimiento de los ingresos, los costos y los márgenes de beneficio, así como analizar el flujo de efectivo y la rentabilidad general.

El análisis financiero proporciona información valiosa para tomar decisiones estratégicas y realizar ajustes en la operación de la empresa.

Estos son algunos de los aspectos microeconómicos que pueden afectar una empresa de Work and Travel. La gestión eficiente de estos aspectos es esencial para garantizar la sostenibilidad financiera y el éxito a largo plazo de la empresa en un entorno empresarial competitivo.

**Figura 3.** *Análisis variables microeconomicas*



## 2.6 Portafolio de productos y/o servicios de la empresa

Dentro de los servicios que maneja la empresa SEP Colombia Group se encuentran distintos programas que se adaptan a distintos gustos y necesidades de los participantes donde pueden conocer otro país, dominar más el inglés, interactuar con gente de otras culturas y un agregado a esto es que mientras realizan el programa también van a ir generando ingresos.

Dentro del portafolio de productos podemos encontrar:

### ***2.6.1 Work and travel USA***

Es un programa creado por el Departamento de Estado de los Estados Unidos que tiene como objetivo principal el intercambio cultural entre estudiantes universitarios de diferentes partes del mundo y personas ciudadanas, residentes y turistas en Estados Unidos. Mediante un empleo remunerado en la industria hotelera y turística durante la temporada de verano (Summer), los estudiantes universitarios podrán practicar sus habilidades en inglés, conocer sobre diferentes culturas, hacer nuevos amigos y adquirir experiencia de trabajo con un empleador americano.

Cabe resaltar que cada país cuenta con fechas específicas para participar en el programa. Las fechas autorizadas para estudiantes colombianos son entre el 01 de Mayo y 30 de Agosto. El tiempo mínimo requerido para participar en el programa es de 11 semanas con un máximo de 17 semanas.

La visa requerida para participar en el programa es J1 de intercambio cultural, la cual es otorgada por la duración del programa (Super User, 2023).

### ***2.6.2 Au pair USA***

Es un programa creado por el Departamento de Estado de los Estados Unidos que tiene como objetivo principal el intercambio cultural entre jóvenes de diferentes partes del mundo y ciudadanos norteamericanos.

El programa está diseñado para mujeres entre los 18 y 26 años que deseen practicar sus habilidades en inglés, conocer sobre diferentes culturas y hacer nuevos amigos compartiendo con una familia norteamericana durante 12 meses.

El programa inicia en cualquier temporada del año, no obstante, lo más recomendable es iniciarlo en el periodo de vacaciones, es decir entre los meses de Mayo a Julio y entre Noviembre a Enero.

Como AU PAIR, tendrá la oportunidad de viajar, aprender, crecer y hacer amigos, aunque el centro de la experiencia AU PAIR será cuidar a los niños anfitriones. La aplicante será la responsable de mantener a los niños seguros, felices y activos (Super User, 2023).

### ***2.6.3 Internship & Trainee***

Internship & Trainee (prácticas y entrenamiento profesional) es un programa creado por el Departamento de Estado de los Estados Unidos que tiene como objetivo principal el intercambio cultural entre personas ciudadanas, residentes y turistas de diferentes partes del mundo y los Estados Unidos.

Mediante un empleo remunerado en las áreas de hotelería, turismo, posiciones de oficina y gastronomía en cualquier época del año, estudiantes universitarios, recién egresados y/o profesionales podrán viajar y exponerse a la cultura norteamericana por medio de experiencia práctica y entrenamiento profesional en hoteles y resorts de lujo en Estados Unidos. Así mismo los aplicantes tendrán la oportunidad de practicar sus habilidades en inglés, conocer sobre diferentes culturas y hacer nuevos amigos.

El aplicante viaja bajo la visa J1 de intercambio cultural, la cual es otorgada por la duración del programa el cual puede oscilar entre 10 a 12 meses (Super User, 2023).

#### ***2.6.4 Summer camp USA***

Es un programa de intercambio cultural fundado en 1969, que te brinda la oportunidad de pasar un verano increíble haciendo algo divertido, emocionante y diferente.

Viviendo y trabajando en un campamento en Estados Unidos con personas de todo el mundo y de diferentes culturas. Con más de 1000 campamentos repartidos por Estados Unidos es una manera única y gratificante de pasar el verano, serás un modelo que seguir para los niños que cuides, ayudándolos a ganar confianza y enseñándoles importantes valores, sin mencionar que te ayudará en el futuro en el mundo laboral.

#### ***2.6.5 High school USA***

Es un programa diseñado para jóvenes estudiantes entre 15 a 18 años quienes quieran realizar un intercambio cultural haciendo un año de secundaria en una escuela estadounidense. El programa High School ofrece la oportunidad de aprender sobre otra cultura, experimentar nuevas costumbres y tradiciones y establecer amistades para toda la vida.

Bajo una visa J1, el estudiante tendrá la experiencia de un intercambio estudiantil inolvidable, su año estará lleno de nuevos descubrimientos y es un camino de formación para el liderazgo y la autonomía donde se pone a prueba la capacidad de adaptación a circunstancias nuevas y el aprecio por las diferencias culturales.

### **2.7 Aspectos del Mercado que atiende la empresa**

El aspecto del mercado del Work and Travel se refiere a las características y tendencias del mercado en el que opera una empresa que ofrece este tipo de programas. A continuación, se mencionan algunos aspectos relevantes del mercado del Work and Travel:

- a) *Demanda de experiencias internacionales*: existe una demanda creciente de experiencias internacionales por parte de los jóvenes que desean ampliar sus horizontes, adquirir habilidades interculturales y mejorar su dominio de idiomas extranjeros. El Work and Travel satisface esta demanda al combinar trabajo remunerado y viaje en el extranjero.
- b) *Segmentación del mercado*: el mercado del Work and Travel se puede segmentar según factores como la edad, el destino preferido, el tipo de trabajo, la duración del programa, entre otros. Las empresas pueden adaptar sus programas para satisfacer las necesidades y preferencias de diferentes segmentos de participantes.
- c) *Destinos populares*: algunos destinos son especialmente populares en el mercado del Work and Travel. Lugares como Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda y algunos países europeos atraen a un gran número de participantes debido a las oportunidades laborales, la calidad de vida y las experiencias culturales que ofrecen.
- d) *Relaciones con empleadores*: las empresas de Work and Travel establecen relaciones con empleadores en los países anfitriones para proporcionar oportunidades de trabajo a los participantes. Estas relaciones son fundamentales para asegurar una oferta de empleo confiable y adecuada a los intereses y habilidades de los participantes.
- e) *Competencia en el mercado*: el mercado del Work and Travel puede ser altamente competitivo, con varias empresas ofreciendo programas similares. Las empresas deben diferenciarse a través de factores como la calidad de los servicios, la variedad de destinos y oportunidades de trabajo, el soporte ofrecido a los participantes, la reputación y las certificaciones que respaldan su experiencia.

- f) *Tendencias y cambios en el mercado:* el mercado del Work and Travel está sujeto a tendencias y cambios. Estos pueden incluir regulaciones migratorias actualizadas, cambios en la demanda de destinos o tipos de trabajos, evolución de los requisitos de los participantes, entre otros. Las empresas deben estar atentas a estas tendencias y adaptarse para mantener su competitividad.

El aspecto del mercado del Work and Travel es fundamental para comprender las oportunidades y desafíos que enfrenta una empresa en este sector. El análisis y la comprensión del mercado son importantes para diseñar estrategias efectivas, identificar nichos de mercado y brindar programas atractivos y relevantes a los participantes.

**Figura 4.** Aspectos del mercado que atiende



### 3. Cargo y funciones desempeñadas

En el presente numeral se describen las funciones y responsabilidades asumidas durante el tiempo de práctica profesional.

#### 3.1 Cargo desempeñado

Cargo: Auxiliar Marketing

Lugar: Calle 43 #29-55 oficina 506 edificio palmas 42

Correo: dianacatalina.ariza@ustabuca.edu.co

Jefe inmediato: Angie Bibiana Cote Torres

Horario: lunes-viernes: 9am-1pm 2pm-6pm y sábados 8am-12pm

#### 3.2 Funciones asignadas

Las funciones de las practicantes fueron asignadas por el jefe, para poder llevar a cabo todos los conocimientos y desarrollar la colaboración que necesita la empresa y así poder llevar a cabo sus prácticas empresariales:

**Tabla 1.** *Listado de funciones y horas asignadas*

<b>Funciones asignadas</b>	<b>Horas por semana</b>
Generar estrategias que ayuden a fidelizar a los clientes	4
Desarrollar y analizar comprobantes de pago	8
Comunicación con clientes nacionales e internacionales	11
Asesoramiento sobre papeles requeridos para realizar un proceso de intercambio	3

<b>Funciones asignadas</b>	<b>Horas por semana</b>
Generar flyers donde se les transmita información a los clientes	4
Sistematizar información de los clientes	5
Planificación de estrategias para darle un mejor posicionamiento a la empresa	5
Ejecutar campañas publicitarias	4
<b>Total</b>	<b>44</b>

### 3.3 Procesos, procedimientos y herramientas

A continuación, se muestra los procesos, procedimientos y herramientas que tiene que usar y desarrollar la practicante en sus prácticas empresariales en la empresa SEP Colombia Group:

**Tabla 2.** *Listado de procesos, procedimientos y herramientas*

<b>Actividad</b>	<b>Desarrollo</b>
Procesos	Los procesos que se desarrollan en la empresa SEP Colombia Group, se basan en dar apoyo a los estudiantes interesados en realizar un intercambio cultural, también en estudiar la variación del dólar, analizar recibos de pago y hacer los cambios de la divisa cuando sea necesario, además ayudar a llenar de manera correcta los documentos necesarios para realizar un intercambio; todos estos procesos fueron realizados por la practicante.

Actividad	Desarrollo
<p>Procedimientos</p>	<p>Los procedimientos mediante los cuales se llevaron a cabo estos procesos fueron por medio de una asesoría vía WhatsApp, mediante plataformas internacionales que manejan los sponsors, mediante un drive donde se maneja toda la información y mirando paginas confiables donde se ve el valor del dólar diariamente todo esto con el fin de dar información verídica a los estudiantes y poder apoyarlos desde el momento cero.</p>
<p>Herramientas</p>	<p>Para poder llevar a cabo estas actividades se trabajaron 9 plataformas de distintos sponsors dentro de las cuales se encuentran: AHA, AWA, AWE, WISE, CSB, INTRAX, JANUS, LIFE Y UNITED</p> <p>Manejo de un drive, donde se usa Excel que es el que lleva toda la información de los estudiantes y donde se hacen distintos cálculos con las fórmulas que este permite manejar.</p> <p>También Google forms mediante el cual se realizaron distintos tipos de encuestas para poder clasificar a los estudiantes para analizar variables como edad, sexo, estudio, nivel de inglés, carrera y demás.</p> <p>Instagram que es una red social mediante la cual se crearon</p>

Actividad	Desarrollo
	<p>distintas campañas publicitarias para tener más alcance y dar a conocer más la empresa.</p> <p>Plataformas de la embajada americana para sacar cita de visa a los chicos y por último bancas virtuales como la de Bancolombia y Colpatria para estar verificando pagos que entran y revisar que no reboten</p>

#### 4. Marco Conceptual y normativo

En este apartado se hace descripción del marco conceptual y el normativo presente en el cuerpo de la presentación del proyecto realizado sobre la empresa SEP Colombia Group.

#### 4.1 Marco Conceptual

En este numeral se van a representar las ideas y conceptos básicos que se relacionan con los objetivos de la empresa.

##### 4.1.1 *Work and travel*

Es un programa de Intercambio dirigido a estudiantes universitarios de todos los países del mundo, el cual a través de una Visa J-1 de Intercambio Cultural, 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 turistas en los Estados Unidos, una vez han terminado su periodo de trabajo.

El programa de Work and Travel USA les permite a los estudiantes colombianos participar entre el 1 de mayo y el 30 de agosto, tiempo en el cual podrán trabajar legalmente en diferentes lugares de los EEUU y en empresas tales como parques acuáticos, parques de diversiones, resorts, hoteles, restaurantes, etc (*ISCColombia | Work and Travel USA, 2015*).

#### ***4.1.2 Interculturalidad***

La interculturalidad es el fenómeno social, cultural y comunicativo en el que dos o más culturas o, más bien, representantes de diferentes identidades culturales específicas, se relacionan en condiciones de igualdad, sin que ningún punto de vista predomine sobre los demás o sea considerado “normal”. Este tipo de relaciones favorecen el diálogo y el entendimiento, la integración y el enriquecimiento de las culturas (*Interculturalidad - Concepto, Principios, Importancia Y Ejemplos, 2013*).

#### ***4.1.3 Oportunidad educativa***

tienen como objetivo permitir que las personas adquieran conocimientos y ciertas habilidades y cultiven ciertas capacidades. Podemos valorar la oportunidad educativa en algunos casos por el valor intrínseco de adquirir conocimientos. En otros casos podemos preocuparnos más por sus efectos instrumentales sobre el bienestar individual. Por ejemplo, el éxito en el mercado laboral (*Educación Para La Igualdad de Oportunidades | Universitat Carlemany, 2022*).

#### ***4.1.4 Responsabilidad social***

es un marco ético en el que los individuos o corporaciones son responsables de cumplir con su deber cívico y tomar acciones que beneficien a la sociedad en su conjunto. Si una empresa

o persona está considerando tomar acciones que puedan dañar el medio ambiente o la sociedad, esas acciones se consideran socialmente irresponsables.

De acuerdo con este concepto, los gerentes deben tomar decisiones que no solo maximicen las ganancias, sino que también protejan los intereses de la comunidad y la sociedad en su conjunto (González, 2021).

#### ***4.1.5 Calidad y excelencia***

Estrategia de gestión de la organización, cuyo objetivo principal es satisfacer de una manera equilibrada las necesidades y expectativas de todos sus grupos de interés. Estos grupos de interés suelen estar formados normalmente por empleados, accionistas y la sociedad en general (editor, 2022).

#### ***4.1.6 Cumplimiento normativo***

Busca el respeto escrupuloso a la ley y a los códigos de la propia empresa. Para garantizar que no se infrinjan las normas, un departamento de cumplimiento normativo se encargará de evitar que se cometan delitos en el seno de la empresa. El equipo de cumplimiento normativo deberá diseñar unas políticas y procedimientos que deberán respetarse en el día a día de la empresa para impedir actuaciones delictivas y sanciones legales por infringir la ley (David López Cabia, 2023).

### **4.2 Marco Normativo**

A continuación, se podrá observar el marco normativo por el cual se debe regir la empresa a cuanto a leyes vigentes y decretos.

Ley 1650 de 2013: Establece disposiciones para la promoción y el desarrollo del turismo en Colombia. Si una empresa de Work and Travel también ofrece servicios turísticos, esta ley puede ser aplicable.

Ley 1618 de 2013: Garantiza los derechos de las personas con discapacidad y promueve su inclusión social. Si la empresa trabaja con participantes con discapacidad, debe cumplir con esta ley para garantizar su igualdad de oportunidades.

Ley 1882 de 2018: Regula el ejercicio de las agencias de empleo en Colombia. Si la empresa actúa como agencia de empleo en el proceso de colocación de los participantes del programa Work and Travel, debe cumplir con los requisitos establecidos en esta ley.

Ley 1266 de 2008: Establece las disposiciones generales para la protección de datos personales en Colombia. La empresa debe cumplir con esta ley en cuanto a la recolección, almacenamiento y uso de datos personales de los participantes.

Ley 1617 de 2013: Regula el voluntariado en Colombia. Si la empresa trabaja con voluntarios en el programa Work and Travel, debe cumplir con esta ley para garantizar sus derechos y condiciones laborales.

Decreto 1069 de 2015: Reglamenta la Ley 1618 de 2013, que garantiza los derechos de las personas con discapacidad. Este decreto establece las normas específicas para la inclusión y accesibilidad de las personas con discapacidad en diferentes ámbitos, incluido el laboral.

Decreto 1073 de 2015: Reglamenta la Ley 1617 de 2013, que regula el voluntariado en Colombia. Este decreto establece las condiciones y requisitos para la realización de actividades voluntarias en el país.

Decreto 1072 de 2015: Este es el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo en Colombia. Contiene disposiciones relacionadas con el empleo, las condiciones laborales, la seguridad social y otros aspectos relevantes para las relaciones laborales.

Decreto 1377 de 2013: Reglamenta la Ley 1581 de 2012 sobre la protección de datos personales. Establece las normas para el manejo, tratamiento y protección de datos personales, incluyendo la recolección, almacenamiento, uso, circulación y supresión de la información.

Decreto 1078 de 2015: Establece el régimen de visados y control migratorio en Colombia. Este decreto regula los requisitos y procedimientos para la obtención de visas y permisos de trabajo por parte de los participantes extranjeros del programa de Work and Travel.

Decreto 1879 de 2017: Reglamenta la Ley 1650 de 2013, que establece disposiciones para la promoción y el desarrollo del turismo en Colombia. Este decreto puede ser relevante si la empresa también ofrece servicios turísticos en el marco del programa de Work and Travel.

## **5. Aportes**

En el siguiente numeral se describe la propuesta de la practicante hacia la empresa SEP Colombia Group la cual está basada en dar a la empresa un mayor reconocimiento y ayuda en los procesos logísticos desarrollados.

### **5.1 Propuesta de valor agregado a la empresa**

La empresa SEP Colombia Group, se trata de darle a los estudiantes la oportunidad de trabajar, estudiar y conocer distintas culturas, dándoles un apoyo y una orientación desde cero.

Esta propuesta de valor se encuentra estructurada desde las falencias y las oportunidades que la practicante logro analizar durante el periodo de 4 meses.

### ***5.1.1 Identificación de la situación problemática***

Durante el periodo de practica en la empresa SEP Colombia Group se encontraron distintas falencias en las que se ha ido trabajando, dentro de las cuales encontramos que los trabajadores no realizaban encuestas para clasificar a los clientes y así lograr hacer una selección más detallada si no que se recibían clientes de todo tipo que no cumplían con ciertos requisitos, otro problema identificado es que no hay una persona que maneje bien las redes sociales por lo cual no son muy activos en Instagram, ni en Facebook, la página web estaba un poco desactualizada por lo que la información que se podía conocer no era muy amplia, la empresa tampoco hacia planificaciones a futuro debido a que el dinero a los estudiantes se les recibe en pesos y a los sponsors internacionales se les debe girar en dólares, entonces se recibía el dinero a la TRM del día pero no se hacía un estudio del comportamiento del dólar a ver qué era lo que podía suceder de aquí a unas semanas, el ultimo problema identificado es que se hacían 2 reuniones semanales para reclutar estudiantes y se les enviaba toda la información para inscribirse de los estudiantes que se conectaban se inscribían en el momento aproximadamente el 40% pero los demás que se conectaban y no se inscribían no se les tomaban datos y se perdía el contacto total con ellos por lo que se implementaron alternativas para poder recaudar la información de los clientes potenciales.

### ***5.1.2 Impacto desde los resultados y/o logros***

En este numeral se hablará sobre los principales logros que la practicante logró en el desarrollo de sus prácticas empresariales:

*Impacto redes sociales:* La gestión de la practicante fue muy buena ya que desarrollo pautas, publicidades pagas y distintos posts que hicieron que mucha gente se interesara en

investigar más acerca del programa, se logró un alcance más llamativo al público y se encontró un aumento considerable en seguidores y en la interacción realizado en las publicaciones.

*Asesorías más interactivas:* La empresa SEP Colombia Group realiza asesoría vía meet los miércoles y viernes, pero eran asesorías netamente informativas que no eran tan llamativas para todas las personas, la practicante se hizo cargo de este espacio y lo mejoro dando una asesoría en la que mostraba videos un poco más interactivos realizados por ella, haciendo encuestas en Google forms e incluso realizo algunos kahoots para que las personas conocieran un poco más sobre Estados Unidos.

*Asignación de roles:* la practicante al notar un problema en el organigrama de la empresa de que cada empelado no tenía asignada como un puesto como tal, se enfocó en analizar las habilidades que tenía cada empleado y junto con la ayuda de su jefe organizaron distintos cargos y rangos en los que podía estar cada persona, esto lo que hizo fue alivianar la carga que tenía cada uno ya que ahora cada persona se enfocaba en su fuerte y tenía que basarse en una responsabilidad especifica.

*Cambios en el proceso logístico interno:* la empresa no manejaba un orden en los documentos que se requerían para poder realizar un proceso de intercambio, todo lo manejaban en papeles físicos lo que ocasionaba un desorden y una preocupación porque muchos documentos se perdían, así que lo que la practicante hizo fue ayudarles por medio de plataformas a crear carpetas virtuales y crear guías de como completar los documentos de forma virtual para así tener menos desorden, encontrar todo de una manera más fácil y colaborar con el ambiente ya que un mes después del ingreso de la practicante todos los documentos se empezaron a pedir de manera virtual

## 5.2 Aportes de la empresa al proceso formativo

En el desarrollo de su práctica la estudiante pudo desarrollar distintos conocimientos habilidades, dentro de ellos se encuentra primero que todo la fluidez y la atención al cliente, ya que al comunicarse con clientes nacionales e internacionales debía manejar un léxico más profesional y debía desenvolverse en un entorno fuera de la zona de confort en el que desarrollo más el uso de la segunda lengua que es el inglés ya que las comunicaciones internacionales eran en el idioma nativo de los sponsor, aprender distintos trucos que ofrecen Word y Excel que son muy necesarios para desarrollarse en cualquier contexto empresarial, conocer el papeleo para lograr salir del país por cierto tiempo determinado y bajo ciertas condiciones, aprender a realizar todos los trámites para una visa, manejar un número elevado de clientes y saber priorizar las necesidades que también es algo que es bastante importante, aprender a clasificar información de encuestas para ser selectivos a la hora de escoger estudiantes, lo importante es que saber planificarse hacia el futuro para así llevar todo más ordenado y tener siempre más ganancias que perdidas, saber cómo llegar a más clientes y como hacer algo que sea llamativo a la vista de gente que nunca se había enterado de la existencia de la empresa pero que gracias a un post conocieron y se interesaron por saber todos los requisitos para poder aplicar, también aprendió la logística de un envío por más mínimo que sea de Estados Unidos a Colombia los papeles y certificados que exigen para poder salir del país, también se hizo cargo de revisar y verificar comprobantes de pago y de extractos bancarios para poder verificar cuando un dinero realmente ingresa a una cuenta o cuando rebota.

En realidad, SEP Colombia Group es una empresa bastante completa donde todos los días se aprende algo nuevo y que forja el carácter de sus trabajadores debido a que como se maneja con

clientes internacionales también siempre puede ocurrir algo y hay que dar una respuesta rápida y acertada para cada situación.

### 5.3 Plan de mejora

-En cuanto a los aspectos por mejorar la practicante a lo largo de su periodo de practica se dio cuenta que debían mejorar en varios aspectos dentro de los cuales se encuentran:

1. Les faltaba crecer mucho más en las redes sociales
2. Aprender a seleccionar sus clientes de una manera un poco más sencilla y efectiva
3. Proyecciones a futuro en cuanto a la variación del dólar
4. Mejorar el proceso logístico interno de la empresa
5. Orden en las tareas que desarrolla cada trabajador

-Las metas propuestas para poder mejorar en estos aspectos se basaron en una reunión con la jefe directa donde se expusieron todos estos temas y se llegó a la conclusión que la practicante debía establecerse unas metas que debía cumplir al final de su práctica para poderle contribuir con la empresa en los aspectos mencionados para ello se propuso:

1. Crear campañas publicitarias, encuestas, posts que fuesen llamativos a los ojos de los que están pendientes de las redes sociales, campañas para atraer más clientes y estrategias que llamaran la atención de clientes antiguos dándoles ciertos beneficios y promociones por seguir fieles a la empresa.
2. Manejando un Google forms se logró hacer una selección más específica de clientes lo que reflejo un ahorro en el tiempo de trabajo porque ya los clientes se clasificaban por la manera en cómo respondían la encuesta se sabía quienes podían ser partícipes y quienes definitivamente debían ser descartados.

3. Proyección del dólar para lograr encontrar cual era el día más factible para poder girar cierta cantidad de dinero hacia Estados Unidos, sin presentar una pérdida que afectara a la empresa ya que el dólar sufrió muchas variaciones.
4. Cambios en la logística tanto para recibir paquetes como para enviar en el cual se implementaron canales para hacer la gestión más rápida y eficiente.
5. Se logro asignar las tareas de una manera más equitativa y efectiva poniendo a cada persona según sus capacidades realizando una actividad en la que les rinda más y el trabajo sea más cómodo para todos los empleados.

Las acciones que se tomaron después de tener ya ciertas metas establecidas fueron que la practicante se puso a investigar la manera de poder llevar a cabo estas metas para lograr que la empresa pudiese mejorar en todos los aspectos y poder ofrecer una mejor atención dentro de lo que encontramos:

1. Investigo en internet algunos conocimientos que no tenía muy claros de las redes sociales como era el desarrollo de campañas publicitarias para generar un mayor alcance, también le pidió a su jefe que hicieran una compra de Canva Pro para poder hacer posts más elaborados.
2. Aprovecho la herramienta del Drive que manejaba la empresa para mostrarle a los empleados y a su jefe como se realiza el desarrollo de un formulario para lograr ser más selectivos y se tomó el tiempo de investigar cuales eran las preguntas más específicas con las que se podía clasificar un cliente con lo que selecciono 9 preguntas básicas pero importantes.
3. Mediante Excel, una página llamada dólar hoy y revisando la bolsa de valores durante el segundo mes de su practica la estudiante empezó a mirar el comportamiento del dólar y así

logro sacar distintas proyecciones y predicciones tratando de acercarse lo que más pudo a lo que sería la realidad del dólar día a día.

4. Hizo una investigación de cuáles eran las empresas que hacían envíos nacionales e internacionales que tuviesen sede acá en Bucaramanga y que fuesen seguras y confiables dentro de las cuales se encontró y se destacó a 2 que son Fedex y DHL, por lo que se hizo todo el contacto con ellos para que se enviaran los paquetes por ese medio.
5. La empresa no tenía como tal un organigrama por lo que se analizaron varios ejemplos de organigrama y se investigaron según las funciones cual era el nombre adecuado para el rol de cada uno y así se logró organizar y designar una función a cada empleado.

-En cuanto a los indicadores necesarios para medir la optimización de todo el proceso encontramos:

1. Indicador de rentabilidad: para medir la eficiencia económica de la empresa como los ingresos generados por los programas, los costos asociados que son los gastos operativos, costos de viaje y demás.
2. Indicador de Satisfacción del cliente: con las encuestas realizadas para recopilar comentarios de los clientes para evaluar su nivel de satisfacción con los servicios proporcionados por la empresa. Esto puede incluir la calidad de la organización del viaje, la asistencia brindada, el alojamiento, entre otros aspectos.
3. Indicador de mejora: para medir el rendimiento y la eficiencia de los procesos, la mejora en la calidad de los servicios ofrecidos, la reducción de costos en los procesos o actividades de la empresa, la reducción de los tiempos de ejecución de tareas o procesos y la generación y aplicación de nuevas ideas o mejoras en servicios y procesos.



<b>Establecimiento de los objetivos y las metas</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>						
<b>análisis de las acciones a tomar</b>				<b>X</b>	<b>X</b>				
<b>creación de herramientas utilizadas para hacer el seguimiento y mejora</b>						<b>X</b>	<b>X</b>		
<b>ejecución de las herramientas utilizadas</b>						<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Entrega de resultados propuestos en el plan de mejora</b>									<b>X</b>
<b>Verificación y aprobación de los elementos expuestos</b>									<b>X</b>

## 6. Conclusiones y recomendaciones

Para concluir el trabajo realizado por la practicante durante 4 meses, quedan bastantes enseñanzas, aprendizajes y experiencias , SEP Colombia Group es una empresa que maneja demasiada información de distintos estudiantes, maneja muchos procesos nacionales e internacionales y sus trabajadores deben desenvolverse en distintos ámbitos y estar preparados para dar una respuesta rápida a diferentes situaciones que se van presentando diariamente, porque aparte de manejar una atención al cliente prácticamente día y noche porque siempre surgen dudas que hay que resolverlos, la estudiante en su periodo de practica colaboro en el servicio de ayudar atender al cliente les ayudo a crear respuestas automáticas para no colapsar los medios de atención como el chat de Instagram y WhatsApp, la estudiante se interesó más por conocer cómo lograr un mayor alcance y crecimiento en las redes aprendiendo a realizar pautas y a mejorar la manera de crear anuncios y flyers llamativos para las demás personas, también a colaborar en la manera en cómo se deben delegar las funciones y a organizar la logística interna de la empresa.

A manera de recomendación a SEP Colombia Group le hace falta más personal ya que es una empresa que maneja bastantes procesos que no logran ser cubiertos en su totalidad por el grupo

actual de personal, además se le recomendó implementar sistemas más especializados en el trato de datos y organización ya que todo se maneja por medio de un drive y un Excel que son métodos que de igual manera sirven para manejar bastante información pero que hacen el proceso mucho más largo, por eso se planteó la idea de usar un ERP y CRM para que faciliten un poco más el trabajo de sistematización, se aconsejó contratar un programador de sistemas para que logre acomodar y organizar distintos programas que no se sabe cómo es su manejo pero que son necesarios, para poder invertir un poco más de tiempo en proceso que más que todo deben ser manuales .

En base a todo esto la practicante adquirió conocimientos nuevos, puso en práctica los que aprendió durante su carrera y también creció de manera personal ya que su ambiente laboral era bastante bueno y sus compañeros en especial su jefe se esforzaron y la apoyaron para que ella lograra cumplir los objetivos que se propuso al iniciar este proceso.

### Referencias

- BBVA. (2023, May 18). *¿Por qué es importante la diversidad cultural?* BBVA NOTICIAS.  
<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-diversidad-cultural-y-que-importancia-tiene-en-nuestros-dias/>
- Ciclosiete. (2022, June 6). *¿Qué es conciencia ambiental y por qué debemos tenerla?* | Ciclo Siete.  
Ciclo Siete. <https://ciclosiete.com/noticias/que-es-conciencia-ambiental/>
- Giraldo, V. (2019, August 23). *¿Qué es publicidad? Definición, historia y usos importantes.* Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>
- Intercambios Culturales — Ministerio de Cultura.* (2013). Moc.gov.tw.  
[https://www.moc.gov.tw/es/content\\_117.html#:~:text=Los%20intercambios%20culturales%20son%20herramientas,y%20privados%20de%20diferentes%20pa%C3%ADses.](https://www.moc.gov.tw/es/content_117.html#:~:text=Los%20intercambios%20culturales%20son%20herramientas,y%20privados%20de%20diferentes%20pa%C3%ADses.)
- Investigación de Mercados | QuestionPro.* (2023). Questionpro.com.  
<https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>
- Muguirra, A. (2016, October). *Fidelización del cliente: Qué es, importancia y beneficios.* QuestionPro.  
<https://www.questionpro.com/blog/es/fidelizacion-del-cliente/#:~:text=Es%20el%20resultado%20de%20la,un%20cliente%20y%20una%20empresa.>
- Mercadeo - Concepto, historia, tipos y elementos.* (2013). Concepto.  
<https://concepto.de/mercadeo/>
- Paula Nicole Roldán. (2023). *Análisis Financiero - Definición, qué es y concepto* | Economipedia.  
Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>

Parra, A. (2020, May 5). *Segmentación de mercados: Qué es, tipos, ventajas y objetivos.*

QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-segmentacion-de-mercados/>

*Qué es el Marketing Digital, cómo se hace y para qué sirve* ✓. (2021). RD Station.

<https://www.rdstation.com/co/marketing-digital/>

*Qué es la innovación en servicios.* (2021, April 15). DocuSign.

<https://www.docusign.mx/blog/innovacion-en-servicios>

*SEP COLOMBIA GROUP / WORK AND TRAVEL / WORK AND TRAVEL COLOMBIA / W&T /*

*INTERNSHIP & TRAINEE / WORK EXPERIENCIE BRASIL / CURSOS DE INGLES /*

*TRABAJA EN USA / AU PAIR /.* (2022). Sepcolombia.com.

<https://www.sepcolombia.com/>

Tomas, D., & Cyberclick. (2023). *Estrategia de marketing: qué es, tipos y ejemplos.*

Cyberclick.es. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>