

PLAN DE MEJORA

PRESENTADO POR
CAMILO ANDRÉS BARRIOS MOSQUERA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ, COLOMBIA
2024

Resumen

Este plan de mejora que propongo a partir de mi experiencia como practicante en la agencia MGM Australian Education expone una serie de acciones para optimizar sus procesos internos y mejorar la eficiencia operativa. La agencia, es reconocida por su gran servicio y acompañamiento a estudiantes hispanohablantes que desean estudiar en Australia, sin embargo busca fortalecer su posición como una de las principales agencias para este público objetivo.

Mi plan de mejora se enfoca en tres áreas principales: la redistribución de responsabilidades a través de la creación de un Departamento de Procesos, la estandarización de documentos y migración a la nube, y la gestión de alianzas estratégicas para simplificar el proceso de pago a terceros y generar ingresos adicionales.

La implementación de estas recomendaciones promete una mayor eficiencia operativa, una experiencia mejorada para los estudiantes y un crecimiento sostenible a largo plazo para MGM Australian Education.

Palabras claves: mejora, eficiencia operativa, estandarización y alianzas estratégicas.

Agradecimientos

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios, a mi hijo Juan Martín, a mi pareja Laura, a mi familia, a mis profesores, Dios y al Universo. Su amor, apoyo y orientación han sido fundamentales en la creación de este libro. Estoy eternamente agradecido.

A Marcela gracias por permitirme ser parte de MGM.

Introducción

El presente plan de mejora fue elaborado con el objetivo de obtener el título de Negociador Internacional, bajo la modalidad de Prácticas Profesionales realizadas en MGM Australian Education, una agencia especializada en ofertar educación en Australia, desde cursos de Inglés General hasta Doctorados. Además, la agencia gestiona procesos de visado de turismo hacia dicho país. En mi rol como Director Comercial para LATAM, desarrollé estrategias, gestioné alianzas comerciales, mejoré procesos internos y administré bases de datos.

Desde su fundación en Melbourne en 2006, MGM Australian Education ha ganado una sólida reputación facilitando el acceso a la educación en Australia. Con sucursales en Melbourne, Australia y Bogotá, Colombia, la empresa ofrece un servicio accesible y cercano a sus estudiantes.

Este documento analiza el estado actual de MGM, evaluando prácticas operativas, flujos de trabajo, asignación de responsabilidades y comunicación interdepartamental. Se identifican áreas de mejora y se proponen recomendaciones para optimizar procedimientos administrativos, eficiencia en la gestión del personal y atención al cliente.

Se destacan estrategias para reducir los tiempos de espera en asesorías estudiantiles y en los procesos de aplicación de visas tanto de estudio como turismo, mejorando así la satisfacción del cliente y fortaleciendo las relaciones con estudiantes e instituciones educativas.

Este enfoque también promueve la especialización en tareas laborales para cada asesor, buscando que cada uno se convierta en un experto en su área para ser más eficientes. Aprovechando este espacio, considero importante invertir en el capital humano para que estén en constante aprendizaje y desarrollo profesional.

La relación de este plan de mejora con los negocios internacionales es fundamental, ya que la globalización y la interconexión económica demandan una gestión eficaz de las relaciones y operaciones entre diferentes países y culturas. Según Daniels, et al, (2015), los negocios internacionales implican la coordinación de actividades comerciales transfronterizas, lo cual requiere una comprensión profunda de las dinámicas del mercado global y las particularidades culturales. En este contexto, la mejora de procesos en una empresa como MGM Australian Education no solo aumenta la eficiencia operativa, sino que también fortalece su competitividad en el mercado internacional de la educación.

Además, las alianzas comerciales y la gestión de relaciones con instituciones educativas y estudiantes de diferentes países resaltan la importancia de habilidades interculturales y estrategias de negociación internacionales, aspectos clave en la formación de un Negociador Internacional. En este contexto, la optimización de los procesos internos y la inversión en capital humano representan una estrategia clave para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en el mundo de los negocios internacionales, creando un entorno empresarial más dinámico y eficiente (Hill y Jones, 2013).

Índice

ETAPA I

Resumen	2
Agradecimientos	3
Introducción	4

ETAPA II

La empresa	7
Aspectos generales	7
Misión	7
Visión	8
Valores	8
Ubicación geográfica	9
Estructura organizativa	9
Unidad en la que se desarrolla la práctica	11
Análisis DOFA	12

ETAPA III

Planteamiento de Plan de Mejora	12
Partiendo del Planteamiento Central. Indique la Importancia de Limitaciones y Alcances de su Trabajo de Prácticas Profesionales.	13
Limitaciones	13
Alcance	13
Objetivo General del Informe de Prácticas Profesionales que le Permitan dar Respuesta Oportuna y/o Recomendaciones a la Problemática Identificada.	14
Objetivos específicos:	14

ETAPA IV

Contenido Plan de Mejora	15
Propuesta de mejora	15
1. Análisis de Procesos Internos:	15
2. Recomendaciones Estratégicas para la Mejora Competitiva:	19
3. Plan de Acción para Alcanzar Objetivos de Crecimiento:	24
Conclusiones	26
Referencias	29

ETAPA V

Seguimiento de Practica Profesional	30
Ciclo 1	30
Ciclo 2	31
Ciclo 3	32
Ciclo 4	33

La empresa

Aspectos generales

MGM Australian Education es una agencia de estudios fundada en 2006, con sede principal en Melbourne, Australia, y una sucursal en Bogotá, Colombia. Reconocida por su excelente servicio y acompañamiento, MGM atiende principalmente a una base de clientes hispanohablantes. Esta atención especializada ha permitido que la agencia crezca significativamente, impulsada por las referencias de estudiantes satisfechos. MGM se distingue por su compromiso en brindar un acompañamiento integral a los estudiantes durante todo su proceso educativo, sin costos adicionales, gestionando pagos directamente con terceros para asegurar la tranquilidad de sus clientes y proporcionando un servicio de acompañamiento excepcional.

Misión

Nuestra Misión es brindar acceso a una educación internacional de excelencia. Desde el origen hasta Australia, proporcionamos un acompañamiento integral y personalizado, garantizando transparencia y compromiso en cada fase del proceso educativo. Fuente: Elaboración propia.

Visión

Para el 2028, seremos una de las tres principales agencias para hispanohablantes que deseen estudiar en Australia, destacando por nuestra excelencia en el servicio y compromiso con el éxito estudiantil. Fuente: Elaboración propia.

Valores

Transparencia: garantizamos confianza y claridad en cada interacción con nuestros estudiantes y sus familias, proporcionando información precisa y honesta sobre nuestros servicios, procesos y la vida en Australia.

Compromiso: Brindamos un apoyo constante y dedicado a cada estudiante, guiándolos en todas las fases de su viaje educativo.

Excelencia: Ofrecemos una experiencia excepcional en todos los aspectos, superando constantemente las expectativas y elevando los estándares de calidad.

Adaptabilidad: Nos adaptamos ágilmente a los cambios y desafíos del entorno educativo, ajustando nuestras estrategias y servicios para satisfacer las necesidades cambiantes de nuestros estudiantes y del panorama de la educación. Fuente: Elaboración propia.

Ubicación geográfica

La agencia MGM Australian Education cuenta actualmente con dos oficinas: una en Melbourne, nuestra sede principal, y una sucursal en Bogotá, nuestra reciente expansión en Latinoamérica.

Sede Melbourne, Australia.

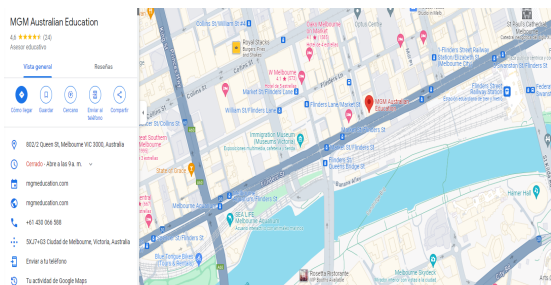


Figura 1

Fuente: <https://www.google.com/maps/place/MGM+Australian+Education/@-37.8186376,144.9604654,17z/data=!4m6!3m5!1s0x6ad642b31678ab91:0x67dc9bc3798d202e!8m2!3d-37.8186338!4d144.9626506!16s%2Fg%2F1tdp9rpm?entry=ttu>

Sede Bogotá, Colombia. LATAM

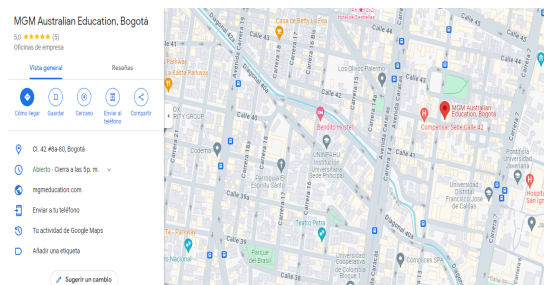


Figura 2

Fuente: https://www.google.com/maps/place/MGM+Australian+Education,+Bogot%C3%A1/@4.6299211,-74.0692256,17z/data=!4m1!1m7!3m6!1s0x8e3f9b346caea285:0xa7bbe64582f94e16!2sMGM+Australian+Education,+Bogot%C3%A1!8m2!3d4.6299158!4d-74.0666507!16s%2Fg%2F11h_zd9mtj!3m5!1s0x8e3f9b346caea285:0xa7bbe64582f94e16!8m2!3d4.6299158!4d-74.0666507!16s%2Fg%2F11h_zd9mtj?entry=ttu

Estructura organizativa

En MGM Australian Education, es importante establecer una estructura organizacional sólida para definir claramente las responsabilidades en cada área. Inspirado por el libro "Procesos Administrativos para las Organizaciones del Siglo XXI" de César Augusto Bernal y Hernán

Darío Sierra, que resalta la necesidad de jerarquías y especialización para mejorar la eficacia del equipo, he creado un organigrama detallado que muestra claramente a los empleados de la compañía y sus responsabilidades directas en el proceso educativo (Bernal & Sierra, 2013).

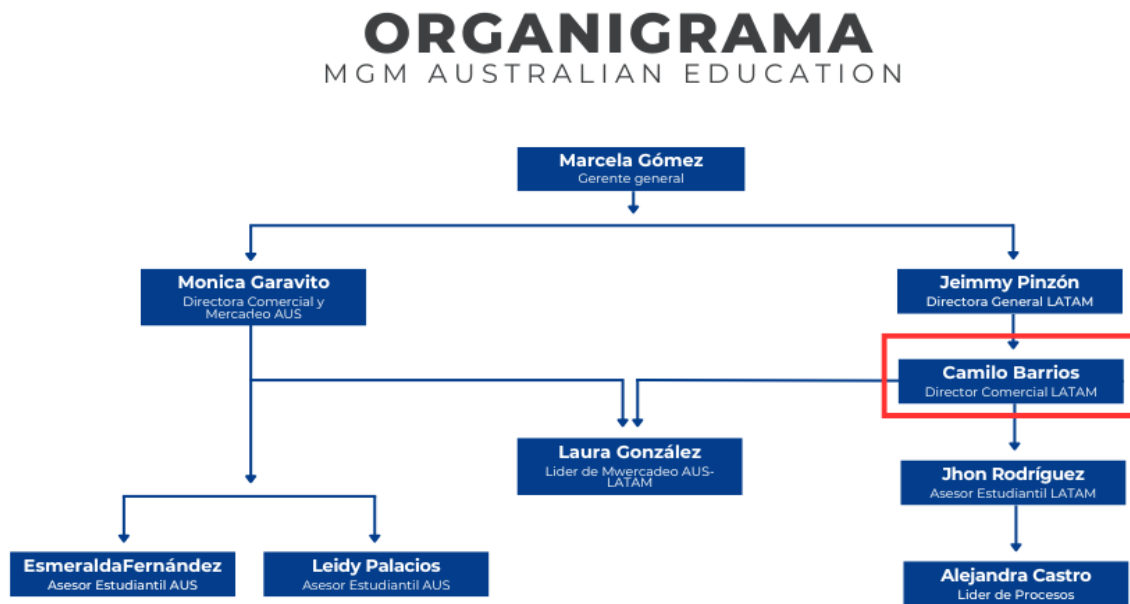


Figura 3
Fuente: Elaboración propia

La departamentalización funcional es la opción más adecuada para este tipo de organización debido a las siguientes razones:

- Especialización: Permite que cada departamento se enfoque en una función específica, incrementando la eficiencia y competencia en esa área.
- Claridad en Responsabilidades: Cada miembro del equipo tiene una comprensión clara de sus responsabilidades, lo que reduce la confusión y mejora la coordinación.

- **Facilidad de Supervisión:** Los gerentes pueden supervisar de manera efectiva cada función, asegurando que los procesos se lleven a cabo correctamente y a tiempo.

Este enfoque garantiza que cada etapa del proceso de asesoría estudiantil esté cubierta por especialistas en cada área, proporcionando un servicio de alta calidad a los estudiantes y facilitando su transición a Australia.

Unidad en la que se desarrolla la práctica

Mi práctica profesional se desarrolló en el área comercial, además de elaborar estrategias de ventas y brindar atención al cliente, tuve la oportunidad de colaborar en diversas actividades de apoyo cruciales para el funcionamiento de la empresa. Esto incluyó la creación de estrategias y gestión de alianzas comerciales, el análisis de datos y la elaboración de informes comerciales. Además, participé activamente en la optimización de procesos internos de la compañía y en la administración de bases de datos. Estas responsabilidades me permitieron adquirir habilidades valiosas y contribuir de manera significativa al éxito general de la empresa.

Análisis DOFA

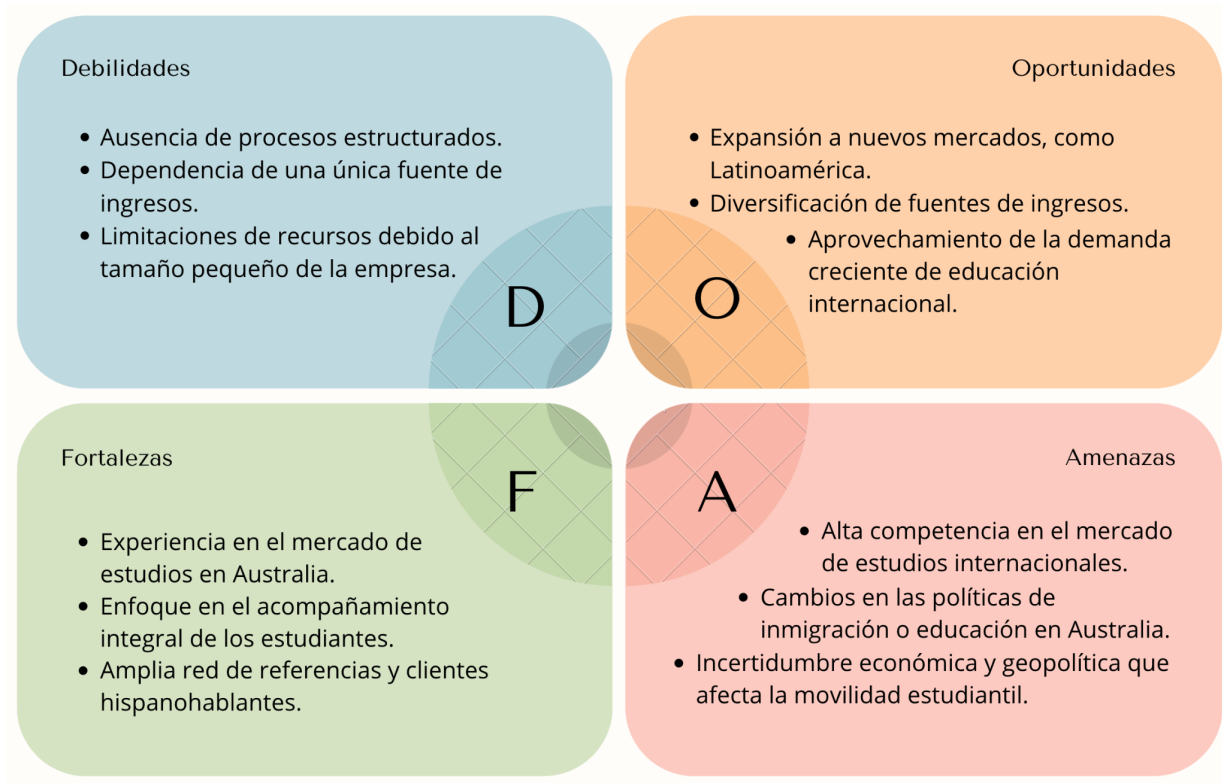


Figura 4
Fuente: Elaboración propia

Planteamiento de Plan de Mejora

El presente plan de mejora se centra en la optimización de procesos internos y la división del trabajo, tomando como base las oportunidades y debilidades identificadas en el análisis DOFA. El objetivo principal es agilizar los procesos de aplicación de visas, lo que permitirá mejorar la eficiencia operativa interna, reducir costos y aumentar la productividad. Además, estas mejoras atraerán a nuevos estudiantes, tanto locales como internacionales.

Estas estrategias son esenciales para competir a nivel global, mitigar riesgos y asegurar un crecimiento sostenible en un entorno internacional en constante cambio.

Partiendo del Planteamiento Central. Indique la Importancia de Limitaciones y Alcances de su Trabajo de Prácticas Profesionales.

La importancia de este plan es crucial para optimizar los procesos internos y la asignación de tareas, lo que resultará en una mejora significativa de la eficiencia operativa, una reducción de costos y un aumento de la productividad. Estos cambios tendrán un impacto considerable en los resultados relacionados con la obtención de visados para estudiantes, así como en los tiempos de servicio ofrecido. Por consiguiente, estas mejoras no solo atraerán a más estudiantes locales e internacionales, sino que también fortalecerán nuestra posición competitiva garantizando un crecimiento sostenible en un entorno educativo dinámico.

Limitaciones

Las limitaciones incluyen la necesidad de una inversión significativa de tiempo y recursos, y la posible resistencia al cambio por parte del personal. Además, factores externos como las regulaciones gubernamentales y la fluctuación en la demanda de estudiantes internacionales pueden afectar la efectividad del plan. La gestión del cambio y un liderazgo fuerte serán esenciales para superar estos desafíos.

Alcance

El plan abarca la optimización de los procesos de aplicación de visas y la eficiente división del trabajo. Busca revisar y mejorar los procedimientos actuales, implementar tecnologías avanzadas y asignar de manera óptima los recursos humanos. A largo plazo, se

establecerá una estructura operativa más robusta y adaptable, capaz de responder a los cambios del entorno y aprovechar nuevas oportunidades de mercado.

Objetivo General del Informe de Prácticas Profesionales que le Permitan dar Respuesta Oportuna y/o Recomendaciones a la Problemática Identificada.

Mejorar la eficiencia operativa interna y optimizar los procesos de aplicación de visas mediante recomendaciones y acciones específicas. Esto fortalecerá la competitividad internacional de la organización y asegurará su crecimiento sostenible.

Objetivos específicos:

1. Analizar los procesos internos de solicitud de visas para identificar áreas de mejora con el fin de lograr eficiencia operativa y rapidez en los procedimientos.
2. Proponer recomendaciones y estrategias concretas para optimizar los procesos, incluyendo tecnologías avanzadas y reestructuración de tareas, con el fin de fortalecer la competitividad de la organización.
3. Desarrollar un plan de acción con cronogramas claros, asignación eficiente de recursos y métricas de seguimiento, para garantizar la implementación efectiva de mejoras y alcanzar los objetivos de crecimiento.

Contenido Plan de Mejora

Propuesta de mejora

La siguiente propuesta surge de la necesidad de optimizar los procesos internos y mejorar la eficiencia en la aplicación de visas en MGM Australian Education. Durante períodos de alta demanda, he observado que el proceso se congestiona debido a la llegada simultánea de numerosos estudiantes, lo que sobrecarga a los asesores que ya están atendiendo a otros estudiantes en proceso. Esto resulta en clientes insatisfechos, ya que los asesores tienen que encargarse de todas las etapas, desde la recepción del estudiante, hasta la aplicación, entre otros. Sin embargo, es igualmente importante mantener la eficiencia durante los períodos de baja demanda para garantizar una operación fluida y constante, evitando que la falta de estudiantes se convierta en sinónimo de demoras en el proceso. La mejora de estos procesos es crucial para reducir costos operativos, aumentar la productividad y atraer a nuevos estudiantes.

Para abordar esta problemática, he identificado y propuesto tres estrategias clave que agilizarán los trámites administrativos y mejorarán la experiencia del cliente, asegurando un crecimiento sostenible y una mayor competitividad.

1. Análisis de Procesos Internos:

Para comprender a fondo los procesos internos, he diseñado una ruta detallada que abarca desde el primer contacto del estudiante con la líder de mercadeo, cuando solicita su

asesoría a través de algún canal de comunicación, hasta su llegada a Australia. Esta ruta incluye la participación de asesores estudiantiles en cada fase e identifica a los responsables en cada etapa del proceso.

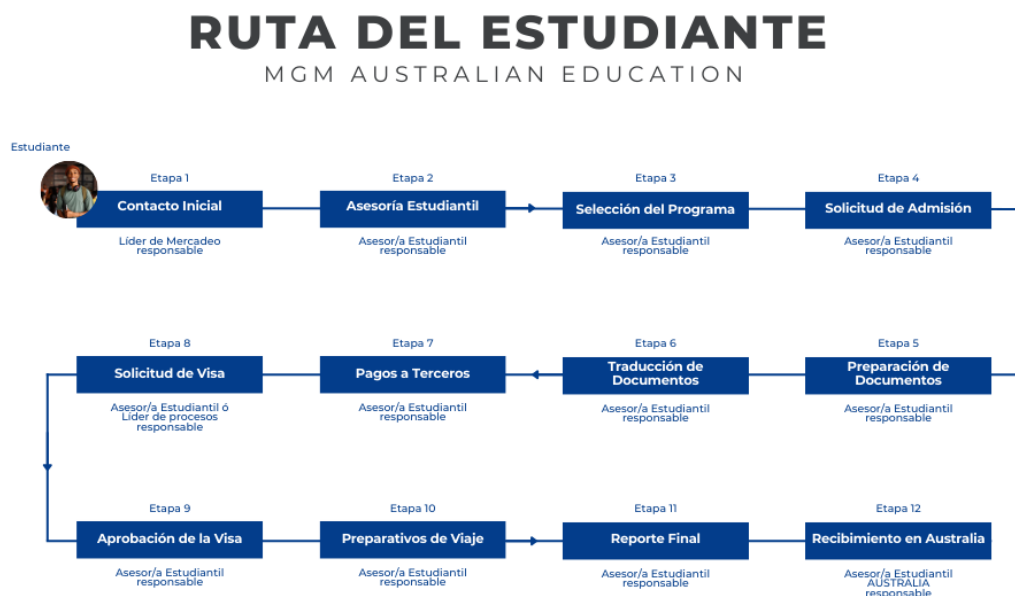


Figura 5
Fuente: Elaboración propia

El análisis del gráfico anterior muestra la significativa función que desempeña el asesor comercial a lo largo de toda la trayectoria del estudiante. Desde la etapa 2 hasta la etapa 11, el asesor se involucra en cada paso del proceso. Esta profunda integración del asesor en múltiples fases refleja la importancia de su papel en la experiencia del estudiante y en el éxito general del proceso.

Sin embargo, esta extensa participación del asesor en diversas etapas puede acarrear ciertas implicaciones. Dado que el asesor se encuentra inmerso en todas las fases, es posible que se distraiga de su enfoque principal en las actividades comerciales y de adquisición de nuevos clientes. Esta dispersión de responsabilidades podría reducir su

capacidad para dedicar tiempo y recursos adecuados a las tareas relacionadas con la captación de clientes potenciales, lo que a su vez podría afectar negativamente el crecimiento y la expansión de la empresa en el mercado.

Por lo tanto, es fundamental abordar esta cuestión y encontrar un equilibrio óptimo en la distribución de responsabilidades del asesor. Esto podría implicar la revisión y redefinición de las funciones del mismo, asignando tareas específicas a otros miembros del equipo para liberar tiempo y recursos del asesor y permitirle enfocarse más en las actividades comerciales y de captación de nuevos clientes. Esta medida no solo ayudaría a mejorar la eficiencia y la efectividad del equipo, sino que también fortalecería la posición competitiva de la agencia en el mercado.

Otro factor importante a mencionar es la falta de documentos estandarizados, correspondiente a la etapa 2. Cada asesor sigue su propio ritmo y utiliza sus propios recursos, lo que resulta en una falta de coherencia en la información proporcionada a los estudiantes. Esta falta de estandarización no solo consume tiempo adicional, sino que también proyecta una imagen de desorganización e inexperiencia por parte de la agencia.

La implementación de documentos estandarizados sería beneficiosa en varios aspectos. En primer lugar, aumentaría la profesionalidad de la agencia y transmitiría una sensación de seguridad a los estudiantes al ofrecer información consistente y confiable. Además, facilitaría la comunicación interna entre el equipo, ya que todos estarían utilizando el mismo lenguaje y formatos. Esto a su vez mejoraría la eficiencia y la productividad, al eliminar la necesidad de crear documentos nuevos cada vez y al

garantizar que todos tengan acceso a la misma información de manera uniforme. En resumen, la estandarización de documentos sería un paso clave hacia una operación más organizada, profesional y efectiva en la agencia.

En la etapa 5, correspondiente a preparación de documentos, encuentro que existe una falta de organización en el almacenamiento de los documentos de los estudiantes. En la actualidad, cada asesor maneja y guarda los documentos de forma individual. Sin embargo, esta práctica presenta un riesgo considerable en caso de que un asesor deje la agencia o el computador se dañe. Si los documentos no están almacenados en la nube, existe el peligro de pérdida de información, lo que podría generar complicaciones en el proceso de los estudiantes y afectar negativamente su experiencia.

La falta de un sistema centralizado y seguro para almacenar los documentos también dificulta la colaboración entre los asesores y la continuidad del servicio. Si un asesor necesita acceder a los documentos de un estudiante atendido previamente por otro asesor, puede encontrarse con obstáculos y retrasos, lo que podría afectar la eficiencia y la satisfacción del cliente. Por lo tanto, es evidente que la falta de organización en el almacenamiento de documentos es una problemática que debe abordarse de manera urgente.

Dentro de la etapa de "pago a terceros", etapa 7, se presenta una problemática relevante. Aunque se espera que el asesor acompañe al estudiante durante cada fase del proceso, en esta etapa específica, el asesor parece desentenderse de la situación. En lugar de ello, el estudiante se ve obligado a realizar el pago por su cuenta, utilizando giros

internacionales. Esta situación complica el proceso, ya que muchos estudiantes no tienen experiencia previa con pagos internacionales, lo que puede generar confusión y frustración. Esta falta de apoyo por parte del asesor en un momento crucial del proceso no solo afecta la experiencia del estudiante, sino que también puede generar una sensación de insatisfacción y desconfianza en la agencia.

2. Recomendaciones Estratégicas para la Mejora Competitiva:

Como hemos notado hasta ahora, cada asesor de MGM es responsable de toda la cadena de servicio. Sin embargo, basándome en mi experiencia, es importante dividir las funciones según las diferentes etapas del proceso. Esto se debe a que, de esta manera, cada asesor puede convertirse en un experto en su área específica, lo que incrementa la eficiencia y la calidad del servicio ofrecido.

A continuación, presento un nuevo proceso interno para MGM con el objetivo de transformar la agencia en una entidad más eficiente y eficaz, asegurando una mayor satisfacción del cliente.

RUTA DEL ESTUDIANTE

MGM AUSTRALIAN EDUCATION

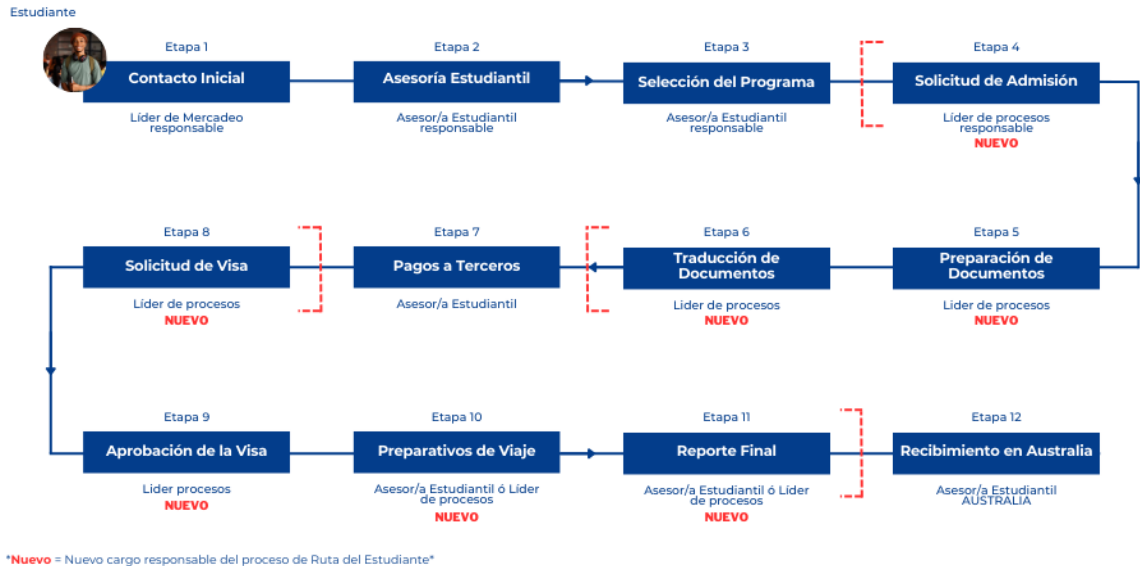


Figura 6
Fuente: Elaboración propia

En la nueva Ruta del Estudiante (cuadro anterior), se incorpora un nuevo miembro: el líder del Departamento de Procesos. Este rol asumirá las siguientes responsabilidades: orientar al estudiante en el proceso de solicitud de visa, recopilar documentos y requisitos, garantizar la redacción precisa de la Carta de Estudiante Genuino (GS), coordinar la traducción de documentos con aliados, gestionar la solicitud y aplicación de la visa, y generar un informe final sobre el estudiante. Además, este líder será el enlace con el equipo en Australia, proporcionándoles la información del estudiante y su itinerario para asegurar una recepción adecuada. Con esta figura, se reducirán las responsabilidades del asesor comercial, lo que le permitirá concentrarse en sus objetivos comerciales y resultados.

Antes de la creación del Departamento de Procesos, cada asesor lleva a cabo todo el proceso de asesoramiento, lo que generaba una demanda en su jornada laboral y se desaprovechaban las nuevas oportunidades. Diariamente, cada asesor atendía a entre 3 y 4 estudiantes, lo que a menudo limitaba su capacidad para recibir nuevas asesorías. La necesidad de asistir a cada estudiante en todos los aspectos del proceso consumía mucho tiempo, lo que a su vez descuidaba la atención a nuevos clientes potenciales.

La razón por la que cada asesor solo puede atender a entre 3 y 4 personas al día radica en el hecho de que, después de la asesoría inicial, el asesor se involucra directamente en el proceso de solicitud con el estudiante. Esto implica diversas tareas, como enviar correos de bienvenida, solicitar documentos y llevar a cabo otras actividades relacionadas con el inicio del proceso (etapas).

Esta situación revelaba una necesidad urgente de optimización en nuestros procesos. Fue entonces cuando identifiqué una oportunidad de proponer crear el Departamento de Procesos. Con este departamento lo que se busca es restar tareas operativas del asesor y permitir que esté al día reciba más estudiantes, mejore su eficiencia y tenga mejor tasa de conversión.

El Departamento de Procesos es fundamental para MGM por varias razones. En la actualidad cada asesor solo puede atender entre 3 y 4 estudiantes al día debido a restricciones de tiempo. Sin embargo, con la implementación del departamento, se proyecta que cada asesor pueda atender hasta nueve (9) estudiantes diariamente, lo que

significa una mejora de 125% versus la situación de hoy día. Esto representa un aumento significativo en la capacidad de atención.

Otra razón por la cual sería importante contar con el departamento de procesos es para que ayude a MGM a resolver la falta de documentación estandarizada. Propongo que este departamento sea responsable de crear diferentes documentos específicos para cada proceso, ya sea visa de turismo, y estudio (tanto de pareja como individual y familiar), y de enviarlos a los asesores para que cuenten con todo lo necesario en cada aplicación de estudiante. Tener documentos con membrete y con información detallada de cada proceso no solo mejora la percepción de MGM como una agencia más sólida y organizada, sino que también proporciona información precisa y confiable a nuestros clientes.

Ante la falta de avances en la adopción de nuevas tecnologías por parte de MGM, propongo migrar todos los documentos a la nube. Esta solución a la problemática que encontramos en el Análisis de Procesos Internos no solo aborda el desafío de la gestión individual de la documentación por parte de los asesores, sino que también asegura la integridad y accesibilidad de los datos. Además, al optar por una implementación inicial de Gmail y Google Drive, sentaremos las bases para una infraestructura de almacenamiento más robusta y colaborativa, lo que permitirá optimizar nuestros procesos internos y mejorar la eficiencia operativa de la agencia.

Para mejorar el proceso de pagos a terceros en la fase 7, propongo establecer alianzas estratégicas con compañías de pagos locales e internacionales. Estas alianzas permitirán que las compañías paguen directamente a los colegios, aliviando a los

estudiantes de la tarea de realizar pagos internacionales sin experiencia previa en este tipo de transacciones. Además, facilitan el pago a nuestro aliado en traducciones.

El objetivo de estas alianzas es mejorar el acompañamiento al estudiante durante el proceso y, al mismo tiempo, generar comisiones para la agencia, lo cual no ocurría anteriormente. Cuando los estudiantes realizan pagos a través del banco, estos resultan más costosos debido a las comisiones bancarias y las altas tasas de cambio como también en la confirmación de pago por parte del colegio, puesto que el dinero tarda en entrar entre 3 a 4 días hábiles, retrasando el proceso de aplicación, lo que no beneficia a MGM. Sin embargo, al utilizar servicios de terceros como Flywire, NextPay y Edupayment, la agencia podría recibir comisiones de hasta un 2.5% por cada transacción, al tiempo que se simplifica el proceso para el estudiante y el pago se ve reflejado ante el colegio en 24 horas.

Con respecto a las comisiones por traducciones, al trabajar con nuestro aliado, MGM podría generar ingresos considerables, ya que recibiría una comisión del 40% sobre el costo de cada hoja traducida, lo que se traduce en aproximadamente \$4.000 por hoja. Esto representa una oportunidad significativa de ingresos adicionales para la agencia. Estos ingresos que recibirá por comisiones, resolverá la problemática de que la agencia depende de una única fuente de ingresos, la cuál hasta el momento es la comisión por estudiante efectivo por parte de las escuelas.

Las anteriores recomendaciones ayudarán a la agencia MGM Australian Education a seguir creciendo, fortaleciendo su posición en el mercado y mejorando la experiencia tanto para los estudiantes como para los asesores.

3. Plan de Acción para Alcanzar Objetivos de Crecimiento:

A continuación, se presenta el plan de acción para implementar las recomendaciones mencionadas. El cuadro siguiente detalla las cinco fases necesarias para ejecutarlo.

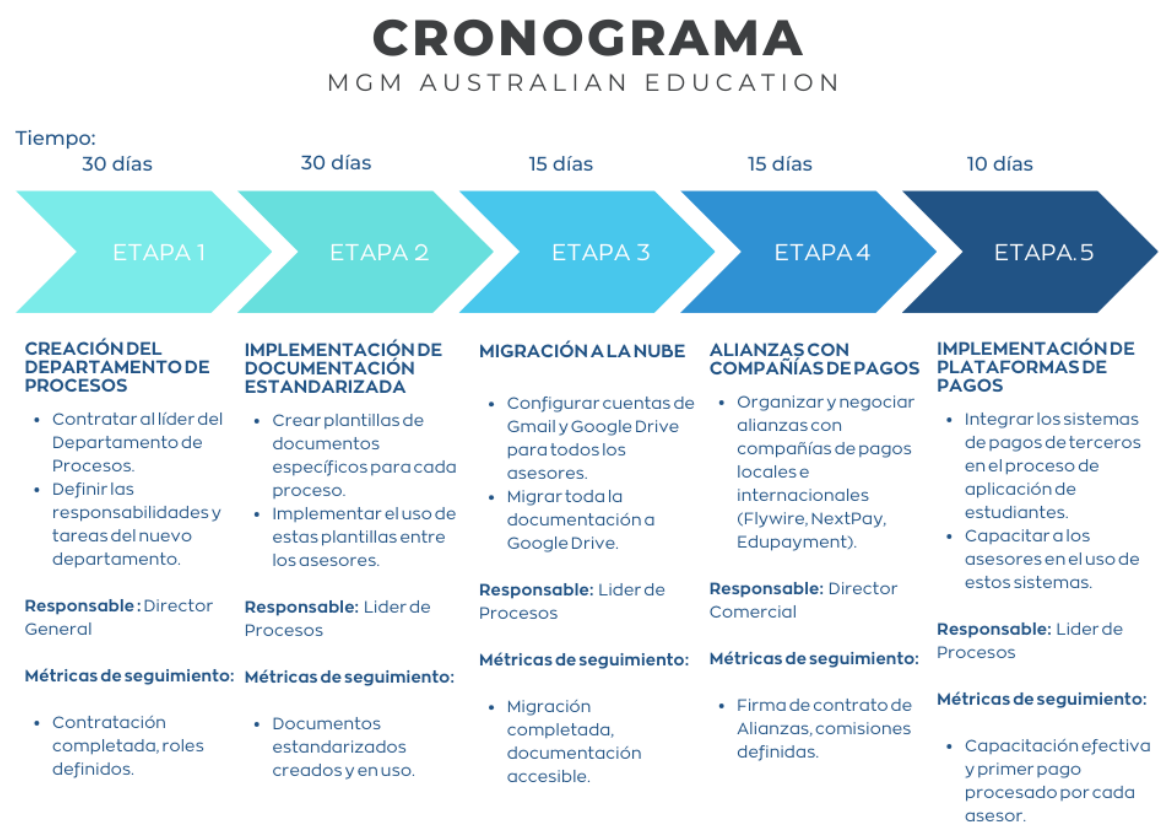


Figura 7
Fuente: Elaboración propia

En estas cinco fases se detallan los procesos que debe realizar principalmente el Líder de Proyecto, junto con algunas responsabilidades del Gerente/Director General y el Director Comercial. El plan de acción tiene una duración propuesta de dos meses y medio. La Fase 1 marca el inicio del proyecto y se centra en la contratación del Líder del Departamento de Procesos, lo cual, al ser un departamento nuevo, tomará aproximadamente un mes. El profesional requerido para este cargo debe ser un técnico o tecnólogo en áreas administrativas contratado en Colombia, debido a que el costo de la contratación es menor que en Australia. El salario a devengar de esta figura corresponde a un salario mínimo vigente más prestaciones de ley.

Las funciones del Líder de Proyectos incluirán:

- Organizar y estandarizar la información y documentación para cada proceso de la agencia.
- Configurar la base de datos en la nube.
- Implementar correos Gmail.
- Migrar la información a Google Drive.
- Crear carpetas individuales para cada estudiante y organizar su documentación.
- Recibir capacitación de los aliados para luego capacitar a todo el equipo, tanto en Australia como en Colombia.
- Una vez completadas estas tareas específicas de vinculación e iniciación en el rol, el Líder de Proyectos comenzará a participar en las diferentes etapas del proceso de los estudiantes.

En relación con la gestión de alianzas, como Director Comercial, seré el encargado de buscar los aliados más adecuados para la agencia. Investigaré y negociaré acuerdos que garanticen beneficios tanto económicos como de experiencia para la agencia y sus clientes. Los parámetros a considerar para establecer estas alianzas incluirán:

- La plataforma debe ofrecer diversos medios de pago, como PSE, tarjetas de crédito y débito, consignaciones y pagos en efectivo.
- El tiempo de respuesta del pago debe ser de 24 horas.
- La plataforma debe proporcionar una atractiva tasa de comisiones para la agencia.
- Que cuente con respaldo y solidez.

Este enfoque garantizará que las alianzas no solo optimicen los procesos internos, sino que también mejoren la experiencia del cliente y generen ingresos adicionales para MGM.

Conclusiones

La implementación del plan de mejora propuesto para MGM Australian Education promete un impacto significativo en la eficiencia operativa y la competitividad de la empresa. Al aplicarse las recomendaciones sugeridas, se espera que la agencia experimente mejoras en varios aspectos clave:

1. Aumento en la capacidad de atención: Con la creación del Departamento de Procesos y la redistribución de responsabilidades, se proyecta que cada asesor pueda atender hasta

nueve estudiantes diariamente, lo que representa un aumento del 125% en comparación con la situación actual.

2. Mejora en la calidad del servicio: La estandarización de documentos y la migración a la nube permitirán una gestión más eficiente de la información, lo que se traducirá en una experiencia más consistente y profesional para los estudiantes.
3. Generación de ingresos adicionales: Las alianzas estratégicas con compañías de pagos locales e internacionales no solo simplificarán el proceso de pago para los estudiantes, sino que también generarán ingresos adicionales para la agencia a través de comisiones por transacción y traducción.

Al satisfacer la experiencia de los estudiantes, la agencia no solo garantizará su lealtad y satisfacción, sino que también generará un poderoso “voz a voz”. Este tipo de publicidad es una de las formas más económicas y efectivas de atraer nuevos clientes potenciales. Las personas confían en las experiencias compartidas por amigos, familiares y conocidos, por lo que una experiencia positiva de los estudiantes actuales puede influir significativamente en la decisión de otros de elegirnos como su agencia para estudiar en Australia.

En conjunto, estas mejoras no sólo impulsarán la eficiencia operativa de la agencia MGM Australian Education, sino que también fortalecerán su posición en el mercado tanto “onshore” como “offshore”. Se espera que la agencia experimente un aumento en la satisfacción del cliente, una reducción de costos operativos y un crecimiento sostenible a largo plazo. Con un enfoque

renovado con relación al servicio prestado y la optimización de procesos, MGM está preparada para seguir siendo líder en su sector y alcanzar sus objetivos de crecimiento para el futuro.

* (onshore) se refiere a actividades comerciales realizadas dentro del país de origen de la empresa, mientras que (offshore) implica llevar a cabo esas actividades en el extranjero, en este caso, fuera de Australia.

Referencias

- Bernal, C. A., & Sierra, H. D. (2013). Procesos Administrativos para las Organizaciones del Siglo XXI. Pearson Educación.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2015). Negocios internacionales: ambientes y operaciones. Pearson Educación.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2013). Administración de Negocios Internacionales: Estrategia, Operaciones y Entorno. McGraw-Hill.

Seguimiento de Practica Profesional

Ciclo 1

	Actividad	Fecha	Lugar	Responsable
CICLO 1	1. Vinculación como Director Comercial. 2. Inducción a la empresa. 3. Presentación con el equipo de trabajo. 4. Inducción a las asesorías. 5. Acompañamiento en asesorías para entender el proceso y aprender a ofrecerlas. 6. Inducción a requisitos y regulaciones. 7. Reuniones semanales con el Gerente General. (Esta figura se encuentra en Australia)	Del 1 al 29 de febrero	Oficina MGM Australian Education. Calle 42 # 8a - 80 Oficina 1301	Camilo Barrios

Ciclo 2

	Actividad	Fecha	Lugar	Responsable
CICLO 2	1. Realización de presentaciones por ciudad. 2. Realización de asesorías con estudiantes. 3. Seguimiento a cotizaciones abiertas. 4. Presentación con escuelas australianas (escuelas de inglés, cursos vocacionales y universidades). 5. Convenio con GSP, agencia encargada de ser el puente con el total de escuelas y universidades australianas. 6. Capacitaciones con Queensland State y Victoria State (reuniones con estos estados de Australia para promocionar sus regiones) 7. Familiarización con todos los procesos internos de la agencia: procesos de pago, solicitud y aprobación de visado, rechazo de visado, y devolución de dinero en caso de negación del visado o si el estudiante decide no viajar. 8. Asesorías diarias. 9. Reuniones semanales con el Gerente General. 10. Seguimiento al cumplimiento de ventas por asesor.	Del 1 al 31 de marzo	Oficina MGM Australian Education. Calle 42 # 8a - 80 Oficina 1301	Camilo Barrios

Ciclo 3

CICLO 3	Actividad	Fecha	Lugar	Responsable
	1. Encontrar oportunidades de aliados. 2. Gestión y organización de base de datos. 3. Estrategias Comerciales. 4. Organización de eventos presenciales en Bogotá y Medellín. 5. Asesorías diarias. Enfoque en asesorías para casos especiales, como visa familia. 6. Presentación a Gerencia General sobre la necesidad del Líder/depto. de procesos. 7. Reuniones semanales con el Gerente General. 8. Seguimiento a cotizaciones abiertas. 9. Seguimiento al cumplimiento de ventas por asesor.	Del 1 al 30 de abril	Oficina MGM Australian Education. Calle 42 # 8a - 80 Oficina 1301	Camilo Barrios

Ciclo 4

	Actividad	Fecha	Lugar	Responsable
CICLO 4	1. Establecimiento de alianzas estratégicas en diversos sectores para generar nuevos ingresos económicos, incluyendo hospedaje en el destino, recogida en el aeropuerto, compra de tickets aéreos, seguro de viaje (Assist Card), traducciones y servicios de pago (NextPay, Edupayment, Flywire). 2. Vinculación en la búsqueda de Líder de Procesos. 3. Empalme con Líder de procesos. 4. Seguimiento a cotizaciones abiertas. 5. Seguimiento al cumplimiento de ventas por asesor 6. Capacitación sobre las nuevas regulaciones Australianas 7. Comunicación con escuelas y universidades australianas para conocer sus cursos y precios, y para negociar beneficios adicionales para los estudiantes. 8. Reuniones semanales con el Gerente General. 9. Seguimiento a cotizaciones abiertas. 10. Seguimiento al cumplimiento de ventas por asesor.	Del 1 al 31 de mayo	Oficina MGM Australian Education. Calle 42 # 8a - 80 Oficina 1301	Camilo Barrios

PLAN DE MEJORA

CAMILO ANDRÉS BARRIOS MOSQUERA

PRESENTADO A
ERNESTO ARGUELLO PIRAZAN

ASIGNATURA
PROYECTO DE GRADO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ, COLOMBIA
2024