



# UNAC

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA  
COLOMBIA

#ESTAMOS **JUNTOS**

## SISTEMA INSTITUCIONAL **DE MERCADEO**

VIGILADA **MINEDUCACIÓN**

Aprobado por el Consejo Administrativo de la  
Corporación Universitaria Adventista, según  
Resolución No. 014-2019.

Medellín – 7 de mayo de 2019

## Introducción

El desarrollo científico y tecnológico sumado a los modelos económicos, son aspectos que influyen directamente para que hoy la sociedad se caracterice por la inmediatez y la rapidez, donde el que prevalece en el mercado es el más rápido.

Las instituciones universitarias están inmersas en ese contexto. Cada vez crece el número de programas y universidades que buscan captar la atención de los jóvenes para ofrecerles sus servicios de educación superior. En esa competencia del mercado y con un proyecto educativo único, como el que tiene la UNAC, se hace necesario tener un sistema que permita integrar los momentos de la venta del servicio (promoción, inscripción, selección y matrícula), para mejorar la efectividad de los resultados en matrículas y posicionamiento de la institución.

El presente documento no se constituye en un tratado sobre el tema de marketing educativo, es más bien, el resultado de la necesidad de alinear la Institución en torno al servicio al cliente. Por esta razón se presentan algunos conceptos básicos, se establecen políticas generales, se analiza el proceso desde el posible cliente y se establecen responsabilidades internas de cada área involucrada. Todo con el propósito de tener unas directrices que regulen el funcionamiento de la institución en esta área tan sensible para el desarrollo.

Este documento es el resultado del trabajo en conjunto de las dependencias involucradas, con el fin de articular en un solo sistema el trabajo de los siguientes departamentos: Dirección de comunicación, proyección social y mercadeo, facultades y coordinaciones, admisiones, finanzas estudiantiles, tesorería y sistemas; con responsabilidades y compromisos claros, bajo la filosofía de ser complemento unos de otros.

## 1. Marco Institucional

La Corporación Universitaria Adventista forma parte del sistema educativo adventista a nivel mundial. Es una institución confesional privada, que presta un servicio público regulado por el Estado colombiano, mediante el Ministerio de Educación Nacional.

Aunque en la ley se definen algunos propósitos para la educación superior, la filosofía de la educación adventista, que sustenta el quehacer de la UNAC, particulariza estos objetivos dándole un enfoque trascendente al buscar preparar profesionales para este mundo y para la eternidad. Este es uno de los aspectos que marcan el modelo educativo de la UNAC y lo hacen único en el mercado regional y nacional.

En Colombia el sistema educativo adventista posee más de 40 instituciones educativas en el nivel básico y medio, y solo una universidad: La UNAC, ubicada en Medellín. Actualmente la UNAC ofrece doce programas de pregrado (Administración de empresas, contaduría pública, enfermería, ingeniería de sistemas, licenciatura en español e inglés, licenciatura en matemáticas, licenciatura en música, licenciatura en preescolar, licenciatura en teología, tecnología en mercadeo, tecnología en gestión empresarial, tecnología en atención Prehospitalaria) y tres posgrados (Especialización en gerencia de organizaciones, especialización en gestión tributaria y especialización en docencia).

La estructura académico administrativa está organizada desde la Vicerrectoría Académica mediante la figura de coordinadores académicos que están adscritos a cinco facultades: facultad de ciencias de la salud, facultad de ciencias administrativas y contables, facultad de ingeniería, facultad de educación y facultad de teología. Estas facultades bajo el liderazgo de sus decanos dependen de la Vicerrectoría Académica.

En la Vicerrectoría Académica también se encuentran los siguientes departamentos de apoyo: admisiones y registro, biblioteca, desarrollo curricular, UNAC virtual e idiomas. En la Vicerrectoría Financiera se encuentran tesorería, finanzas estudiantiles, contabilidad y desarrollo humano, entre otros.

Además, existe una serie de departamentos y direcciones de apoyo distribuidos en el resto de la estructura orgánica, que aportan al desarrollo de las funciones sustantivas de investigación, docencia y extensión.

A tono con su modelo educativo, es importante resaltar que para los componentes relacionados con el bienestar físico, mental y espiritual existen una Vicerrectoría de Bienestar y una capellanía institucional. Desde esta Vicerrectoría se coordina la oficina de egresados que gestiona acciones para construir experiencias positivas y buen servicio postventa, favoreciendo una buena disposición en el egresado para recomendar y promocionar su alma mater.

Desde la Rectoría se encuentran: planeación, secretaría general, jurídica y capellanía, más tres grandes direcciones que transversalizan la institución: dirección de calidad, dirección de investigación y la dirección de comunicación, proyección social y mercadeo.

## 2. Marco Conceptual

A continuación, se presenta, de manera sencilla, un glosario pertinente a los aspectos que se abordan en el presente documento:

**Sistema:** Se entiende como sistema un conjunto ordenado de normas y procedimientos que regulan el funcionamiento de un grupo o una colectividad.

**Sinergia:** Como lo define Luis Eduardo Yepes, sinergia es *“percepción, acción y creación grupal que parte de la voluntad de cada integrante de aportar lo mejor de sí mismo, para contribuir al brillo del grupo. Es cooperación, complementación de perspectivas, esfuerzos, esperanzas y anhelos para lograr beneficios conjuntos”*. De esta manera se consiguen resultados muy superiores al de las actuaciones aisladas. Sumatoria de fortalezas y voluntad para subsanar y trascender las debilidades individuales.

**Mercadeo:** Cuando se menciona esta palabra se tiende a pensar en promoción y ventas. Como lo define el teórico Edgar Zapata, *“El mercadeo es una actividad humana que tiene que ver con las satisfacciones de necesidades y deseos de grupos escogidos de clientes, por medio del proceso del intercambio”*. Inicialmente se conceptuó el mercadeo, desde la mirada de la empresa vendedora, a partir de las famosas 4 P's: producto, precio, plaza y promoción.

Ahora se plantea desde el cliente y se habla de las 4 C's: cliente, costo de adquisición, comodidad de acceso al servicio y crear una comunidad; todo esto con el propósito de ganar la confianza del cliente, que como lo dijo Kotler, *“nos lleve a fortalecer los lazos de comunicación y por ende a acelerar las ventas”*.

Cuando no se cumplen las expectativas del cliente, éste busca otra organización o institución con la cual se sienta satisfecho. Esta es la razón por la cual es importante para toda organización conocer la cadena de valor de su servicio y cuidar los *“momentos de verdad”* en su relación con el cliente.

**Cliente:** Se usa esta palabra para referirse al cliente externo. Es decir, todas aquellas personas que muestran algún tipo de interés por los servicios que ofrece la Corporación Universitaria Adventista - UNAC. En términos generales se podrían describir como: estudiantes y egresados del sistema educativo básico y secundario de la IASD (Iglesia Adventista del Séptimo Día) a nivel nacional; estudiantes de nivel secundario de la ciudad de Medellín; técnicos, tecnólogos y normalistas, profesionales interesados en continuar su programa formativo posgradual.

**Momento de verdad:** Tiene lugar cuando el proveedor del servicio y el cliente se confrontan. Lo que conforma el proceso de entrega del servicio incluye la habilidad, la motivación y las herramientas usadas por el representante de la Institución, así como las expectativas y el comportamiento del cliente. Cada contacto con el cliente puede ser un momento de verdad, en el que dependiendo de la atención recibida por el cliente, este decidirá o no seguir utilizando el servicio.

**Publicidad:** Se entiende como el conjunto de estrategias con las que la institución da a conocer sus servicios a la sociedad, usando como principal herramienta los diversos medios de comunicación.

Abarca todas las actividades de difusión o divulgación informativa y persuasiva de los servicios que ofrece la UNAC, con la intención de hacer que el cliente elija beneficiarse del portafolio de servicios ofertado. Mercadeo electrónico, material impreso, videos, material POP, pauta en medios masivos de comunicación, pauta en medios eclesiásticos (folleto de Escuela Sabática), patrocinio a eventos, entre otros.

**Promoción:** Kotler lo define como “conjunto de herramientas de incentivos a corto plazo, diseñados para estimular rápidas y/o grandes compras de un producto particular por el consumidor o mercado”. Comprende todas las estrategias de ventas, empleadas para más quedar a conocer los servicios que ofrece la UNAC, garantizar que los diversos públicos potenciales tomen su decisión. Participación en ferias y eventos, plan referidos, plan amigos, becas y descuentos, plan embajadores, entre otros.

### 3. Sistema Institucional de Mercadeo - SIM

Es el conjunto ordenado de principios y procedimientos que guían a las diferentes dependencias de la UNAC, para aportar de manera asertiva al proceso de mercadeo institucional, identificando responsabilidades, alcances y compromisos individuales que suman a la generación de una experiencia positiva para cualquiera de los clientes potenciales de la UNAC. La sinergia, será el resultado de la implementación de esta propuesta, que impactará positivamente y sin mayor esfuerzo la imagen institucional.

#### 3.1 Principios rectores del sistema institucional de mercadeo

- La razón de ser del mercadeo de la Corporación Universitaria Adventista trasciende la venta de un servicio y se constituye en la forma como se cumple la misión.
- El mercadeo en la Corporación Universitaria Adventista ve en el aspirante a cualquier programa educativo, una persona que puede llegar a ser moldeada, bajo el sistema educativo adventista, como candidato para aceptar el plan de Salvación.
- El mercadeo en la Corporación Universitaria Adventista, es un proceso vital que está directamente ligado al desarrollo misionero y la sostenibilidad económica de la institución.
- El mercadeo se asumirá como parte esencial del trabajo de cada una de las dependencias que conforman la estructura organizacional de la UNAC.
- El mercadeo en la Corporación Universitaria Adventista, trabajará por lograr, a través de la excelencia en el servicio, el posicionamiento de marca de la institución.

#### 3.2 Objetivos del sistema institucional de mercadeo

1. Identificar los momentos claves del relacionamiento con los clientes potenciales para fortalecer el concepto de la Experiencia UNAC, como algo positivo.

2. Definir las acciones que caracterizan cada etapa que debe surtir el aspirante a estudiar en la UNAC.
3. Establecer la responsabilidad de cada una de las áreas funcionales de la UNAC, en el proceso de mercadeo, con el propósito de generar *sinergia*.
4. Diseñar directrices claras del paso a paso en el proceso de acompañamiento del aspirante a estudiar en la UNAC.

#### 4. Descripción del servicio - Proceso

La UNAC como institución que presta servicios educativos puede identificar las siguientes etapas que se constituyen en momentos de contacto en el proceso de venta de sus programas de pregrado, posgrados y educación continua:

<b>Etapas</b>	<b>Momento</b>	<b>Tipo de contacto</b>	<b>Con quienes</b>
1	Recepción de la información publicitaria	Indirecto	Medios de comunicación
	Recepción de la información promocional	Directo	Oficina de Mercadeo, Promotores
	Muestra interés por conocer más de la oferta educativa. Entra en contacto.	Directo	Telemercaderista Recepcionista y personal de primer contacto en la institución.
	Recibe asesoría.	Directo	Oficina de Mercadeo, coordinadores de programa, Admisiones y registro

2	Realiza proceso de inscripción	Mediado por plataforma web	Oficina de Mercadeo Departamento de Sistemas Oficina de Admisiones Tesorería
3	Empieza el proceso de selección.	Directo	Oficina de Admisiones Coordinaciones de programas Departamento de Sistemas
4	Realiza su matrícula	Mediado	Oficina de

		por plataform a web	Admisiones Departamento de Sistemas Tesorería Finanzas Estudiantiles Oficina de Mercadeo
5	Recibe la inducción	Directo	Vice Bienestar Centro de Apoyo al Estudiante Decanaturas y coordinaciones de programas
	Inicia la recepción del servicio contratado. Empieza su semestre. (Dependiendo de esta experiencia se dará o no la recompra).	Directo	Decanaturas y coordinaciones de programas Vice Bienestar Departamentos de Apoyo
	Evaluación del primer mes de experiencia universitaria	Directo	Centro de apoyo al estudiante Oficina de mercadeo.
	Evaluación de la experiencia durante la carrera. Último semestre.	Directo	Oficina de egresados.

En la anterior descripción del proceso que sigue un aspirante, desde que recibe la primera información de la UNAC hasta cuando ya está sentado en el aula de clase como estudiante de primer ingreso, se registran varios *momentos de verdad* que pueden conducir a la satisfacción, referenciación positiva de la institución, si se trabajan de manera intencionada por cada una de las dependencias involucradas.

Es importante tomar en cuenta que, el paso a paso del proceso ya presentado sufre una variación en el momento de la matrícula, si el aspirante - inscrito, tiene derecho a algún tipo de descuento, beneficio, financiación o crédito para el pago de su matrícula.

#### 4.1. Casos particulares

#### **4.1.1 Cuando se es beneficiario de alguna beca o descuento**

El aspirante admitido debe ingresar a la plataforma de matrícula y avanzar hasta generar la liquidación. Si el estudiante cree tener derecho a alguna beca o descuento, allí encontrará un módulo en el que podrá seleccionarlo y adjuntar en la plataforma el respectivo documento que soporta la beca o el descuento. Una vez haga este paso deberá esperar a que la oficina de finanzas estudiantiles le active el beneficio para continuar con la generación de su liquidación. Recibirá respuesta en máximo 48 horas. (PROCESO A FUTURO DEPENDE DEL DESARROLLO POR EL DSI)

Actualmente: El aspirante admitido debe ingresar a la plataforma de matrícula y avanzar hasta generar la liquidación. Ésta saldrá por el 100% del costo de matrícula del programa elegido.

Sobre el valor del 100% total bruto de la liquidación calcula el porcentaje equivalente al descuento al que tiene derecho para obtener el valor de lo que pagará. Es decir, si tiene un descuento del 10 %, debe calcular el 90% del valor bruto y sumarle el 100% del valor del seguro y el carné que está registrado en la liquidación para tener claro el valor neto a consignar.

Puede acercarse a una oficina del Banco de Occidente y hacer una consignación a la cuenta corriente de la UNAC o puede realizar el pago con el comprobante de pago de la UNAC en Almacenes Exito, Pomona, Carulla, Surtimax o Baloto a nivel nacional. Baloto recibe un monto máximo de \$1.000.000 por día. En el banco de Occidente se puede hacer pagos con tarjeta débito o crédito de otras entidades. La cuenta de Bancolombia sería la última opción, no obstante, también es alternativa.

Una vez tenga el soporte de pago, debe escanearlo para enviar a través del correo electrónico, sólo una vez - no enviar varios correos-, a finanzas estudiantiles, solicitando aprobación de matrícula, especificando de qué tipo de beca o descuento es beneficiario y anexando los soportes respectivos de pago y del descuento (Carta mejor bachiller, certificación boom bíblico, etc.). Para los que son beneficiarios del descuento adventista es indispensable que anexen la carta de certificación firmada por el pastor de la iglesia a la cual asiste.

En respuesta, el sistema enviará un correo de confirmación de matrícula efectuada al estudiante, cuando se dé la aprobación por parte de la Oficina de Finanzas.

Para los que son beneficiarios del descuento de egresados, deben hacer copia del correo electrónico que están enviando a Finanzas con el escáner de la consignación, a la oficina de egresados, para que internamente esta oficina le valide el descuento ante Finanzas Estudiantiles.

Esta metodología de correo y soportes de becas y beneficios aplicará hasta que se implemente un sistema de información que le permita al aspirante seleccionar el tipo de descuento o beca en el momento de la matrícula virtual, de manera que sus beneficios se reflejen en el comprobante de pago para luego realizar el pago sin inconveniente en los puntos de pago autorizados, de lo contrario estos puntos autorizados no le recibirán pagos parciales.

#### **4.1.2 Cuando se matricula con financiación directa de la UNAC**

El aspirante admitido debe ingresar a la plataforma de matrícula y avanzar hasta generar la liquidación. Esta saldrá por el 100% del costo de matrícula del programa elegido.

Calcula el 60% del valor bruto de la liquidación y le suma el 100% del valor del seguro y el carné, para obtener el valor neto a consignar.

Puede acercarse a una oficina del Banco de Occidente y hacer una consignación a la cuenta corriente de la UNAC o puede realizar el pago con el comprobante de pago de la UNAC en almacenes Exito, Pomona, Carulla, Surtimax o Baloto a nivel nacional. Baloto recibe un monto máximo de \$1.000.000 por día. En el Banco de Occidente se puede hacer pagos con tarjeta débito o crédito de otras entidades. La cuenta de Bancolombia sería la última opción, no obstante, también es alternativa.

Debe descargar de la página web [www.unac.edu.co](http://www.unac.edu.co) en la sección UNAC - Normativa, el formulario, el pagaré y la carta de instrucción para diligenciar completamente y firmar. A estos documentos debe anexar las copias de los documentos de identidad del estudiante y el codeudor. Todos estos documentos debe enviarlos por correo certificado (Servientrega, etc.) a la Oficina de Finanzas. Para agilizar el proceso, a la par que los va a enviar en físico, los escanea todos, incluso la guía del envío por correo certificado y los anexa en un correo electrónico que dirige a [matriculas@unac.edu.co](mailto:matriculas@unac.edu.co)

Después de revisar los documentos, el sistema enviará un correo de confirmación de matrícula efectuada al estudiante, cuando se dé la aprobación por parte de la Oficina de Finanzas.

#### **4.1.3 Cuando se tiene crédito con cualquier entidad financiera**

El aspirante admitido debe ingresar a la plataforma de matrícula y avanzar hasta generar la liquidación. Esta saldrá por el 100% del costo de matrícula del programa elegido.

Enviar al correo electrónico [matriculas@unac.edu.co](mailto:matriculas@unac.edu.co) la carta de aprobación de la entidad que le está haciendo el préstamo y solicitar la aprobación de la matrícula. Por este mismo medio, recibirá la respuesta de aprobación de matrícula.

#### **4.1.4 Cuando se financia a través de ICETEX**

El aspirante debe postularse a las convocatorias que abre el ICETEX y esperar los resultados. Una vez sea aprobado por el ICETEX debe solicitar a la Oficina de Finanzas Estudiantiles el manual de legalización y las garantías del ICETEX.

El aspirante admitido debe ingresar a la plataforma de matrícula y avanzar hasta generar la liquidación. Ésta saldrá por el 100% del costode matrícula del programa elegido.

Una vez el aspirante reúna la documentación exigida por el ICETEX se acerca a la UNAC a la Oficina de Finanzas Estudiantiles para que le revisen la papelería. Si ésta se encuentra debidamente diligenciada seprocede a legalizar con el ICETEX. A la par, el aspirante admitido debefirmar las garantías que pide la UNAC para respaldo de ese crédito.

Una vez se diligencien estos últimos documentos se le da aprobación asu matrícula.

**Este es el único caso de matrícula que requiere presencialidad.Todos los anteriores se realizan de forma virtual, a través de laplataforma.**

En ese caso la experiencia presencial, el momento de matrícula, seríaasí:

<b>Momento</b>	<b>Tipo de contacto</b>	<b>Con quienes</b>
Hace su proceso dematrícula en la plataforma virtual, para conseguir la liquidación con el valor del 100% a pagar.	Mediada por plataforma web	Oficina de Admisiones Departamento de Sistemas
Descarga los documentos del ICETEX y los diligencia en su totalidad	Indirecto	ICETEX Oficina de finanzas
Somete a revisión los documentos	Directo	Oficina de finanzas estudiantiles
Descarga del sitio web los documentos: pagaré, formulario y carta de instrucción de la UNAC y los diligencia.	Mediada por plataforma web	Departamento de sistemas finanzas estudiantiles oficina de mercadeo
Evaluación y aprobación de la documentación	Directo	Finanzas estudiantiles
Aprobación de matrícula	Directo	Finanzas estudiantiles

## **5. Etapas del proceso de reclutamiento e ingreso**

### **5.1 Etapa 1. Publicitaria y promocional**

La UNAC prepara anualmente su plan de inversiones en materia de publicidad y en estrategias promocionales. Aquí se definen los medios a utilizar, las piezas a elaborar de acuerdo al Manual de Imagen Institucional.

Por otra parte, se estructura un plan promocional enfocado en la atención de los diferentes segmentos de mercado que incluye visitas y viajes que permiten acercar la oferta educativa de la UNAC a los colegios de la ciudad, los colegios del sistema educativo adventista a nivel nacional, las iglesias adventistas a nivel nacional, así como los eventos nacionales e internacionales que organiza la Iglesia Adventista. De igual manera, el trabajo promocional incluye el sector empresarial, las comunidades religiosas de la ciudad de Medellín, las instituciones técnicas, tecnológicas y normalistas. También se gestionan algunos eventos promocionales a realizarse en la UNAC con el apoyo de las facultades. En el mismo orden se hace la contratación de un proveedor de marketing digital con el cual se define la estrategia promocional a implementar.

Todas estas actividades promocionales permiten consolidar la base de datos de interesados, sobre la cual se aplica un trabajo de seguimiento y telemarketing.

### **5.2. Etapa 2. Inscripción**

A tono con los avances tecnológicos, y tomando en cuenta la necesidad de cobertura nacional, la postulación como aspirante para ingresar a los programas de pregrado y posgrado que ofrece la UNAC, se hace a través de la plataforma virtual creada para que la persona diligencie el formulario de inscripción, pague los derechos de inscripción y obtenga el comprobante correspondiente. Desde el sitio web oficial de la UNAC se puede acceder al proceso de inscripción [www.unac.edu.co](http://www.unac.edu.co) o directamente a través de la siguiente dirección: <http://inscripcion.unac.edu.co/login.aspx>

Los requisitos que debe cumplir son: diligenciar el formulario, realizar el pago y subir los documentos escaneados (documento de identidad, foto 3x4 fondo blanco y colilla de pago).

### **5.3. Etapa 3. Selección**

Una vez el aspirante se encuentra inscrito, recibe un correo que le confirma su inscripción y le informa la fecha del examen y la entrevista, que son determinantes para definir su aceptación o no, al programa seleccionado.

Si el inscrito es admitido, recibe la instrucción para ir a la etapa de matrícula.

Los que no son aceptados se informan a la Oficina de Mercadeo para hacer un seguimiento final con el interesado.

#### **5.4. Etapa 4. Matrícula**

El proceso de matrícula se realiza de forma virtual, a través de la plataforma creada para tal fin: <http://matricula.unac.edu.co/>, digitando la anterior dirección, o accediendo a ella desde el sitio web institucional

[www.unac.edu.co](http://www.unac.edu.co).

En esta etapa el admitido debe tener a mano los siguientes documentos, conforme al Reglamento Estudiantil:

Para pregrado:

- Acta de bachiller
- Diploma de bachiller
- Calificaciones de los grados 10 y 11 de bachillerato
- Recibo de servicios públicos
- Resultados de las pruebas saber 11

Para posgrado:

- Acta de pregrado
- Diploma de pregrado
- Calificaciones de pregrado
- Recibo de servicios públicos

Una vez entra a la plataforma, actualiza información, selecciona materias, se anexa a un grupo de estudio y realiza el pago de manera online, envía un pantallazo de la transacción exitosa o imprime el comprobante y realiza el pago en el Banco de Occidente, almacenes Exito, Carulla, Pomona, Surtimax o Baloto a nivel nacional. Una vez hace el pago debe escanear el soporte del pago y enviarlo a [matriculas@unac.edu.co](mailto:matriculas@unac.edu.co)

En este momento se da por fin *el cierre de la venta* por esa razón se debe cuidar cada detalle del mismo.

#### **6. Participantes y sus funciones**

Por ser una función vital para el desarrollo y sostenibilidad de la Institución, es importante la creación del Comité para el Sistema Institucional de Mercadeo - SIM, conformado por: la directora de la dirección CPSM, el jefe de la oficina de mercadeo, el jefe de la oficina de admisiones y registro, el director del DSI, el jefe de finanzas estudiantiles.

La función principal del Comité para el SIM es monitorear el desarrollo del plan de trabajo planteado en el área de mercadeo con relación al cumplimiento de metas asignadas por el Consejo Administrativo-Consultivo. Por esta razón, sesionará como mínimo, una vez al semestre.

A continuación, se identificarán y describirán las Dependencias participantes y sus responsabilidades en cada uno de los momentos descritos en el literal 5.

## 6.1. Etapa 1. Publicitaria y promocional

Es responsabilidad directa de la Dirección de Comunicación, Proyección Social y Mercadeo - DCPSM, liderar esta etapa y convocar la participación de las demás unidades de la institución para hacer un trabajo integral. Por esta razón, y tomando en cuenta la necesidad de optimizar el tiempo manteniendo un canal de información constante con las dependencias

interesadas en el tema, desde la DCPSM se ha creado en WhatsApp un grupo denominado SIM en el que están incluidos: los Decanos, los Coordinadores de programas, el Tesorero, el Jefe de Finanzas Estudiantiles, el Asistente Técnico de Admisiones, el Director del Departamento de Sistemas, el Jefe de la Oficina de Mercadeo.

La Oficina de Comunicaciones tiene la responsabilidad de coordinar el diseño, los contenidos y la impresión o elaboración de cada una de las piezas que se requieren para el trabajo promocional de todos los programas de pregrado, posgrado y educación continua de la institución. Es el ente responsable de cuidar el buen uso del nombre y la imagen de la institución. Parte de sus funciones son:

- Elaborar anualmente un video promocional con la oferta actualizada de los programas.
- Elaborar, revisar y mantener actualizados los videos tutoriales para primer ingreso.
- Mantener actualizada la información publicada de cada una de las ofertas educativas, en el sitio web.
- Desarrollar la propuesta visual, anual para las campañas de promoción y reclutamiento.
- Articular los aspectos técnicos y de manejo de imagen corporativa con la empresa contratada para el mercadeo electrónico.

La Oficina de Mercadeo tiene la responsabilidad de planear y ejecutar el plan de acción anual, en lo relacionado con definir los segmentos de mercado a impactar, determinar los objetivos comerciales y gestionarlas acciones estratégicas en los diferentes públicos a impactar con las actividades promocionales. Parte de sus funciones son:

- Elaborar el plan promocional anual.
- Realizar gestión promocional en los segmentos contemplados en el plan comercial.
- Identificar e informar posibles convenios con Instituciones Técnicas y Normalistas.
- Mantener comunicación permanente con las unidades académicas, abriéndoles espacio de participación a decanos y coordinadores en los diferentes eventos que están contemplados en el plan promocional.
- Elaborar, custodiar y administrar la base de datos de interesados en los diversos programas.
- Hacer seguimiento telefónico y electrónico a los interesados en los diversos programas.
- Hacer contactos para la prestación del servicio educativo a posibles grupos de interesados.

- Validar al inicio de cada semestre la percepción de los estudiantes de primer ingreso para medir la experiencia vivida en la UNAC e identificar los canales y estrategias de promoción más efectivos.
- Acompañar al aspirante en todo el proceso de incorporación a la institución.
- Presentar propuestas de mejoramiento que favorezcan el logro de los objetivos corporativos en término de incrementar y retener nuevos estudiantes.

La Recepción de la UNAC es el primer contacto que puede tener una persona interesada que use la línea telefónica. Por esta razón su principal responsabilidad en esta etapa es:

- Suministrar la información necesaria sobre los programas académicos y saber a quién direccionar las llamadas para ampliar información.
- Registrar los datos de quién se está comunicando.
- Direccionar a los interesados a la Oficina de Mercadeo.

Los Vigilantes que están en las porterías, se constituyen en el primer contacto del aspirante que decide visitar directamente el campus para conocer su oferta. Por esta razón su responsabilidad es:

- Orientar al interesado para que se acerque a la oficina de mercadeo, ubicada en la casa del CMU (Centro MultimediaUNAC), y allí reciba toda la información.
- Si el interesado llega fuera del horario de oficina, entregar información impresa de todos los programas, además de brindar información sobre las fechas en las que se realizan las inscripciones y la página web en la que pueden consultar.
- Tomar los datos de la persona interesada (nombre, celular, correo electrónico, programa de interés) para pasar esta información a la oficina de mercadeo.

Admisiones y registro, por ser una dependencia de atención directa al público, su responsabilidad es:

- Dar información completa de la oferta académica vigente.
- Tomar los datos de la persona interesada (nombre, celular, correo electrónico, programa de interés) para pasar esta información a la oficina de mercadeo.
- Redireccionar a los interesados que lleguen a esta dependencia, hacia la oficina de mercadeo, cuando necesiten asesoría financiera y acompañamiento en el proceso de incorporación.

Los decanos son responsables de:

- Apoyar con su participación en las actividades y eventos que sehan programado, (en común acuerdo, con el área de mercadeo), para promocionar los programas académicos.
- Vincularse en un trabajo articulado con la Dirección de CPSM para la realización de convenios con Colegios Adventistas, Instituciones

Técnicas y Normalista, que favorezcan los programas de su Facultad

- Promover entre su planta de docentes el sentido de pertenencia con la institución y los procesos de mercadeo que benefician a la facultad y sus programas.

Los coordinadores son responsables de:

- Apoyar y acompañar en las labores de mercadeo. Promoviendo dentro de sus estudiantes los planes de referidos de la institución, haciendo seguimiento a los aspirantes que son remitidos por el área de mercadeo, organizando periódicamente el evento promocional (Vive la Experiencia UNAC), haciendo uso de las bases de datos de la Oficina de Mercadeo. Así como acompañando, cuando sea necesario, las Ferias Universitarias.
- Proponer estrategias a desarrollar en conjunto con la Oficina de Mercadeo para atraer nuevos aspirantes para sus programas.

Las secretarías son responsables de:

- Suministrar la información necesaria sobre los programas académicos.
- Tomar los datos de la persona interesada (nombre, celular, correo electrónico, programa de interés) para pasar esta información a la oficina de mercadeo.
- Direccionar a los interesados a la Oficina de Mercadeo.

Los profesores son responsables de:

- Apoyar los eventos que se realizan para la promoción de los programas académicos de la UNAC.
- Motivar en los estudiantes el sentido de pertenencia por la institución, para que estos se interesen en participar de los planes referidos.

Departamento de sistemas e informática es responsable de:

- Dar soporte técnico al sitio web institucional, que contiene toda la información de la oferta académica, para que permanezca activa 365 días al año.
- Facilitar soluciones para la gestión de la información en la Oficina de Mercadeo.

Tesorería es responsable de:

- Suministrar anualmente, a la DCPSM, los precios y costos pecuniarios para los servicios académicos de la institución.
- Proveer los recursos económicos para los viajes promocionales.
- Actualizar, anualmente, el pago del servicio de chat en línea que tiene actualmente la página institucional.
- Realizar los pagos al proveedor de marketing digital.

Oficina de egresados

- Actualizar la información de contacto de los egresados.
- Investigar a los egresados para conocer su percepción con respecto a la institución, su servicio y lo que espera de esta en calidad de egresados.
- Enviarles información de los convenios con proveedores que brindan descuentos preferenciales para los egresados.
- Hacer benchmarking con otras universidades para evaluar qué están haciendo otras universidades para fidelizar a los egresados.
- Diseñar eventos que involucren a los egresados residentes en la ciudad de Medellín.

## **6.2 Etapa 2. De inscripción**

La oficina de admisiones y registro, es responsable de:

- Establecer la fecha del periodo de inscripción de cada semestre.
- Comunicar a las unidades académicas y la DCPSM si hubiere modificación a las fechas.
- Habilitar la plataforma de inscripciones conforme al calendario.
- Revisar la documentación subida a la plataforma por cada aspirante y dar aprobación a la inscripción mediante correo de notificación al aspirante.
- Enviar liquidación de matrículas y certificados de inscripción a los aspirantes.
- Mantener una comunicación con los interesados, que se correlacione con la que ha manejado la oficina de mercadeo.
- Informar a todos los involucrados cualquier modificación que se hiciera al proceso actual.
- Articular acciones con la Oficina de Mercadeo para facilitar el proceso de incorporación de los aspirantes a la UNAC.

La oficina de comunicaciones es responsable de:

- Elaborar los banners informativos de las fechas de inscripción.
- Hacer divulgación de la fecha por todos los medios posibles.
- Revisar en conjunto con el DSI, regularmente, la plataforma de inscripción para mejoras continuas.
- Hacer divulgación de las becas, descuentos y opciones de financiación disponibles.

La oficina de mercadeo es responsable de:

- Llamar uno a uno, cada persona registrada en la base de datos de interesados para asesorar el proceso de inscripción.
- Asesorar en los aspectos financieros a cada interesado que lo necesite.
- Articular con las coordinaciones a los interesados que tengan inquietudes de tipo académico.
- Informar por medio de telemercadeo, WhatsApp y correo electrónico a los interesados, todo lo relacionado con la fecha y protocolo de inscripción, examen, entrevista y matrículas.
- Facilitar canales de comunicación y proponer mecanismos de

interacción para que los aspirantes que necesitan soporte de Finanzas Estudiantiles, Admisiones y Registro, Departamento de Sistemas y Coordinaciones Académicas puedan obtener respuestas y soluciones oportunas.

La oficina de gestión documental es responsable de:

- Recibir la documentación que llega de aspirantes a ingresar a la UNAC.

La recepcionista es responsable de:

- Direccionar los interesados a la Oficina de Mercadeo.
- Suministrar la información necesaria sobre el portal web donde se realizan las inscripciones y saber las fechas en las que se desarrollan las inscripciones.

Los vigilantes son responsables de:

- Direccionar a las personas a lugares donde pueden obtener información.
- Direccionar los interesados a la Oficina de Mercadeo.

Los decanos son responsables de:

- Aplicar el protocolo de atención al interesado, suministrado por la oficina de mercadeo.
- Hacer seguimiento del avance de inscritos a cada uno de los programas de su facultad.

Los coordinadores de los programas son responsables de:

- Hacer acompañamiento a los aspirantes a los distintos programas académicos, si se requiere.
- Participar en la segunda fase del telemercadeo.
- Agilizar y atender integralmente las solicitudes de homologación que se reciben.

Las secretarias son responsables de:

- Brindar oportunamente la información que solicite por parte del aspirante o por parte del área de mercadeo.

### **6.3 Etapa 3. De selección**

La oficina de admisiones y registro es responsable de:

- Coordinar con las unidades académicas las fechas para entrevistas.
- Coordinar con el departamento de sistemas el montaje de examen de admisión y la reserva de salas para el mismo.
- Dar el soporte técnico al proceso de examen.
- Enviar por correo electrónico a cada inscrito la convocatoria al

examen y la entrevista.

- Supervisar la presentación del examen.
- Presentar al Comité de Admisiones la lista de elegibles para ingreso.
- Publicar la lista de admitidos.

El decano es responsable de:

- Organizar con la oficina de admisiones las fechas para las entrevistas.
- Convocar al personal de su facultad que participará en el proceso de entrevistas.
- Hacer reserva del lugar a utilizar para las entrevistas.

Los coordinadores son responsables de:

- Verificar el listado de entrevistas que Admisiones le comparte en el drive.
- Preparar la entrevista a realizar.
- Disponer del tiempo en su agenda para las entrevistas.
- Respetar la fecha y hora asignada para cada entrevista.
- Informar en el Drive la gestión con las entrevistas
- Hacer registro respectivo en el SVGA.

El departamento de sistemas e informática es responsable de:

- El Departamento de Sistemas es el encargado de que los computadores en las salas funcionen para la aplicación del examen.
- El Departamento de Sistemas es el encargado de la plataforma donde se aplica el examen a la cual se le da soporte.

#### **6.4 Etapa 4. De matrícula**

La oficina de admisiones y registro es responsable de:

- Alimentar el sistema con las materias para cada semestre, horarios, salones, profesores; conforme a la información recibida de las unidades académicas.
- Asesorar vía electrónica y telefónica a los admitidos que tengan inquietudes sobre su proceso de matrícula.
- Asesorar los estudiantes activos en su proceso de matrícula.
- Apoyar la campaña informativa estratégica que fomente la pronta matrícula por parte de los estudiantes.

La oficina de mercadeo es responsable de:

- Presentar las opciones de crédito educativo con las entidades que UNAC tiene convenio.
- Hacer acompañamiento a los admitidos que tengan algún tipo de

inconveniente, hasta lograr su matrícula.

- Enviar a la Oficina de Finanzas Estudiantiles los listados de aspirantes beneficiados con el plan referidos y becas eventos UNAC.

Tesorería es responsable de:

- Verificar los pagos realizados a través de la plataforma web.
- Revisar y registrar las consignaciones que llegan a la cuenta de la UNAC en las diferentes entidades bancarias.
- Revisar y responder los correos electrónicos que llegan con soporte de pagos o consignaciones.
- Capacitar y actualizar permanentemente a las secretarías de planta sobre los procesos operativos de tesorería, para que sean un apoyo efectivo al momento de la matrícula.

Finanzas estudiantiles es responsable de:

- Capacitar y actualizar permanentemente a las secretarías de planta sobre los procesos operativos de finanzas estudiantiles, para que sean un apoyo efectivo al momento de la matrícula.
- Revisar y aprobar en el sistema el descuento al que pueda tener derecho cada uno de los que está en proceso de matrícula.
- Revisar la documentación de todos los casos en los cuales se financia una parte o el 100% de la matrícula.
- Aprobar la matrícula de cada estudiante.
- Revisar y responder los correos electrónicos que llegan con soporte de pagos o consignaciones.

El departamento de sistemas es responsable de:

- Desarrollar y actualizar dentro de la plataforma de matrícula el módulo de descuentos para aplicar a la liquidación de cada estudiante.
- Dar soporte técnico de la plataforma en la que se lleva a cabo el proceso de matrícula.

La recepcionista es responsable de:

- Conocer el proceso de matrícula en cada periodo académico.
- Brindar la información necesaria para llevar a cabo el proceso de matrícula.

Los vigilantes son responsables de:

- Conocer el proceso de matrícula en cada periodo académico.
- Guiar a las personas a las dependencias donde completan el proceso de matrícula.

Las secretarías son responsables de:

- Brindar acompañamiento en el proceso de matrícula.

- Las secretarías de planta serán responsables de apoyar como personal adicional a las oficinas de tesorería, admisiones y finanzas estudiantiles en el momento de las matrículas, conforme a las fechas establecidas para el proceso presencial.

Los coordinadores son responsables de:

- Realizar acompañamiento al aspirante.
- Llamar a los estudiantes activos para motivarlos a continuar sus estudios, ofrecer alternativas financieras cuando se requiera, y lograr que completen su matrícula.

## **7. Puesta en funcionamiento**

Es importante dar a conocer el Sistema Institucional de Mercadeo a toda la comunidad educativa, especialmente a los actores que intervienen de manera directa en cada una de las etapas de promoción, inscripción, selección y matrícula.

Se debe adoptar una política de comunicación al interior de la institución que comprometa a cada empleado a revisar -como parte de su responsabilidad laboral- por lo menos, dos veces en la jornada de la mañana y dos veces en la jornada de la tarde, su respectivo correo electrónico y su whatsapp, para que el tiempo de respuesta al cliente sea lo más diligente y rápido posible.

Todas las propuestas contempladas en el presente documento se dan con el propósito de que cada actor sepa su rol de acompañamiento y seguimiento para lograr una matrícula efectiva del aspirante a estudiar en la UNAC. Sin embargo, cada año se debe revisar y actualizar los procesos y las responsabilidades para ir al ritmo del desarrollo tecnológico y del movimiento del mercado.