



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Implementación de una mejora del proceso de contenido testimonial para la promoción de la experiencia estudiantil en ISIL”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE

Licenciado en Comunicación Estratégica

PRESENTADO POR:

Sandoval Quispe, Luis Enrique – Comunicación Estratégica

ASESOR

Sam Anlas, Carlos Antonio

LIMA, PERÚ

2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Sam Anlas, Carlos Antonio

MIEMBROS DEL JURADO

Cosme Raymundo, Tania

López Orozco, Gina Fernanda

Quijano Aranibar, Iván Ernesto

INFORME TURNITIN

LUIS ENRIQUE SANDOVAL QUISPE

Implementacion de una mejora del proceso de contenido testimonial para la promocion de la experiencia estudiantil en ...

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::30163:576968620

Fecha de entrega

10 abr 2026, 12:40 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

10 abr 2026, 5:00 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Implementacion de una mejora del proceso de contenido testimonial para la promocion de la e....docx

Tamaño del archivo

2.4 MB

27 páginas

4078 palabras

23.086 caracteres

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

Fuentes principales

10% Fuentes de Internet

0% Publicaciones

2% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Luis Enrique Sandoval Quispe

Carlos Antonio Sam Anlas

ÍNDICE

RESUMEN.....	7
ABSTRACT	8
I. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Presentación del trabajo.....	9
1.2 Objetivo general	9
1.3 Justificación.....	9
1.4 Metodología del trabajo	10
1.5 Problema profesional.....	10
II. CONTEXTO INSTITUCIONAL	12
2.1 Antecedentes de la institución	12
2.2 Estructura organizativa y área de desempeño.....	13
III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES PROFESIONALES	15
3.1 Cargo ocupado.....	15
3.2 Funciones y responsabilidades	15
3.3 Logros alcanzados	16
IV. RESULTADOS Y EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN PROFESIONAL	17
4.1 Implementación práctica.....	17
4.2 Indicadores de éxito o impacto	20
4.3 Resultados obtenidos	21
4.4 Comparación con la situación anterior.....	23
4.5 Análisis crítico de la experiencia.....	24
V. Conclusiones y recomendaciones.....	26
5.1 Conclusiones.....	26
5.2 Recomendaciones.....	26
VI. Bibliografía	28
VII. Anexos	29
7.1 Registro de impacto y resultados.....	29
7.2 Certificado de trabajo	31
7.3 Nota de prensa Effie Awards ISIL	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama del área de marketing	13
Figura 2 Testimonial de Maruska Rios.....	20
Figura 3 Testimonial Carol Bendezú.....	22
Figura 4 Testimonial Renzo Sandoval	23

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Flujo de trabajo para video testimonial.....	19
Tabla 2 Lista de entrevistados para la campaña de testimoniales 2023-2	19

RESUMEN

El trabajo presentado se enmarca en el contexto de una necesidad de contenido complementarios para las campañas de admisión de la institución educativa ISIL durante el periodo 2023-2. En tal sentido se dio la iniciativa para la realización de contenido audiovisual enfocado en exalumnos dando sus testimonios alineados a la metodología “Aprende a tu manera” de ISIL. Este contenido serviría de refuerzo para las campañas de admisión en un ecosistema digital que posteriormente pasaría a formar parte de toda estrategia en futuras campañas de marketing de la institución.

El objetivo principal fue aportar contenido de valor que fortalezca las estrategias de comunicación del área de marketing de ISIL, a su vez que también visibilizaba al público interno las experiencias positivas y de éxito de exalumnos, y en consecuencia impulsar la imagen de calidad y éxito de la comunidad de ISIL. La ejecución de este proyecto acompañó las otras etapas de la campaña de admisión de ISIL teniendo un impacto positivo. En este proyecto se logró aplicar las competencias necesarias para su óptima ejecución como la comunicación estratégica, coordinación entre áreas, liderazgo y trabajo en equipo.

Palabras claves: comunicación estratégica, audiovisual, testimonios, casos de éxito.

ABSTRACT

The work presented is framed within the context of a need for complementary content for the admission campaigns of the ISIL educational institution during the 2023-2 period. In this regard, the initiative was launched to produce audiovisual content

focused on alumni giving their testimonials in line with ISIL's "Learn your way" methodology.

This content would serve to reinforce the admission campaigns in a digital ecosystem that would later become part of the institution's future marketing campaign strategy.

The main objective was to provide valuable content that would strengthen the communication strategies of ISIL's marketing department, while also making the positive and successful experiences of former students visible to the internal audience, thereby promoting the image of quality and success of the ISIL community. The execution of this project accompanied the other stages of ISIL's admissions campaign, having a positive impact. This project successfully applied the skills necessary for its optimal execution, such as strategic communication, coordination between areas, leadership, and teamwork.

Keywords: strategic communication, audiovisual, testimonials, success stories.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Presentación del trabajo

El siguiente trabajo de suficiencia profesional tiene como finalidad demostrar las competencias y capacidad para aplicar estrategias actualizadas e innovadoras para la creación de contenido actualizado de la institución educativa ISIL. En este sentido, en el desarrollo de este trabajo, se expondrán los avances en la ejecución de estrategias de contenido audiovisual realizadas durante el desempeño de las funciones como asistente de contenido para el área de marketing de ISIL durante el periodo de 2023.

1.2 Objetivo general

Evidenciar la aplicación de las competencias adquiridas durante la formación en la carrera de Comunicación Estratégica mediante la implementación de un proceso de producción de contenido testimonial orientado a fortalecer las estrategias de comunicación y las campañas de admisión de ISIL.

1.3 Justificación

ISIL es un centro de estudios técnico superior que durante sus campañas de admisión aplica diversas estrategias de comunicación con la finalidad de alcanzar el objetivo deseado. En ese sentido, es importante que las piezas de comunicación que formen parte de estas estrategias estén alineadas con los objetivos de la misma.

Los videos testimoniales propuestos sirvieron de refuerzo para la campaña de admisión 2023-2 en el lineamiento del marketing estratégico debido a su

carácter de más humano y con un enfoque menos comercial en la comunicación utilizada. Siendo esta una pieza de comunicación que complementaba el enfoque de éxito y superación acorde al mensaje de la campaña "Aprende a tu manera". De esta manera se pudo aplicar competencias como planificación estratégica, gestión de contenidos y comunicación digital.

1.4 Metodología del trabajo

La metodología aplicada en este trabajo de suficiencia profesional es de carácter descriptivo y analítico. Se respalda en la recopilación de información que fue brindada por la misma área de marketing de ISIL, donde evidencian no solo los alcances y resultados obtenidos sino también las funciones descritas. También se apoya de los registros de contenido en los diferentes canales digitales de la institución.

De esta manera la metodología se basó en la recopilación de información tanto de fuentes propias de la institución, como de información publicada en internet y registro personal.

1.5 Problema profesional

Durante el desarrollo de las campañas de admisión de ISIL se identificó la ausencia de un proceso estructurado para la producción de contenido testimonial que permitiera comunicar de manera sistemática las experiencias de egresados de la institución. Contenido que sería de importante utilidad para reforzar los alcances de las campañas de admisión. Esta situación limitaba la disponibilidad de material audiovisual basado en experiencias reales que

podiera fortalecer las estrategias de comunicación digital orientadas a la captación de nuevos estudiantes y al posicionamiento de la experiencia educativa de ISIL.

II. CONTEXTO INSTITUCIONAL

2.1 Antecedentes de la institución

El Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL) es una institución educativa de educación superior técnica privada con más de 40 años de trayectoria. Ofrece carreras técnicas y de forma más reciente el grado de bachiller.

Es uno de los principales institutos privados del país destacando siempre por su calidad educativa y su modelo educativo enfocado en la adaptabilidad a las necesidades de los estudiantes.

Actualmente tiene 3 campus en la ciudad de Lima, y cuenta con más de 20 acreditaciones internacionales. Lo que la coloca como una de las instituciones educativas más importantes de país.

Su visión, como indica en su página web, es ser un modelo educativo alternativo e innovador en la formación de profesionales. De la misma manera, su misión es hacer que todos sus estudiantes accedan a la experiencia ISIL, que consiste en brindar conocimientos, competencias y valores propios de la institución promoviendo el desarrollo de la creatividad, la tecnología, el éxito empresarial y la educación para trabajo.

Los objetivos institucionales de ISIL no sólo se preocupan por brindar la mejor formación profesional, sino también buscan fomentar los valores que hagan de cada miembro de la comunidad de ISIL, personas de bien para la sociedad. Estos objetivos son forman parte de lo que ISIL denomina: isilogia

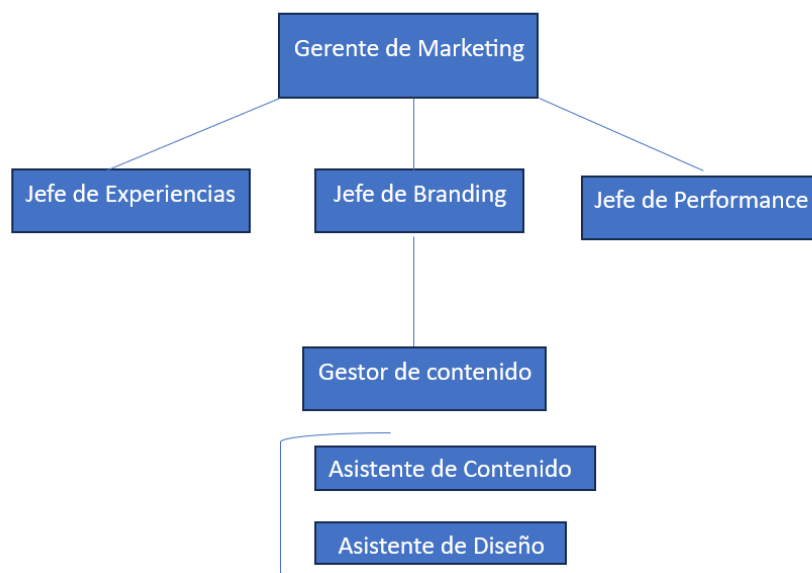
ISIL, como centro de estudios superior, brinda los servicios de educación técnica de 3 años, además de cursos de especialización y diplomados en distintas áreas académicas. Asimismo, recientemente ha creado Escuela ISIL, la cual permite a sus estudiantes obtener el grado de bachiller complementario a la carrera técnica. Además, también cuenta con ISILCORP, que brinda capacitaciones y educación especializada para el sector empresarial.

2.2 Estructura organizativa y área de desempeño

El autor se desempeñó como asistente de contenido en el área de Marketing de ISIL. Las principales funciones del área son la gestión de la marca institucional, la captación estudiantes nuevos en cada campaña de admisión y la fidelización de la comunidad estudiantil.

Figura 1

Organigrama del área de marketing



La experiencia profesional se desarrolló como asistente de contenido para la jefatura de branding en el área de marketing. En esta función se asumió la responsabilidad de la realización de contenido audiovisual enfocado en los objetivos de cada campaña propuesta por el área. De esta manera se pudo aplicar los conocimientos adquiridos en diversos proyectos que necesitarán gestión audiovisual, trabajando en conjunto no solo con el área de marketing sino también con otras áreas que buscarán objetivos alineados a las campañas del área.

III. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES PROFESIONALES

3.1 Cargo ocupado

El autor de este trabajo de suficiencia profesional se desempeñó como asistente de contenido desde el 2019 hasta el 2024. La finalidad principal de este puesto era la realización de todo contenido audiovisual enfocado en los objetivos de mi área o de los requerimientos de la institución.

3.2 Funciones y responsabilidades

- Realización del contenido audiovisual para campañas:
Desde la etapa de producción, pasando por realización, post producción y publicación de piezas audiovisuales para cada formato de las diferentes plataformas a donde se dirijan las campañas del área de marketing.
- Coordinación para la ejecución de grabaciones institucionales:
Gestión de proyectos audiovisuales solicitados por otras áreas en coordinación con marketing. Videos que eran para uso fuera del área de marketing
- Cobertura de eventos organizados por ISIL:
Cobertura fotográfica y de video de eventos de ISIL para su posterior publicación en los diversos canales digitales de la institución.

- Transmitir en vivo charlas y eventos:
Producción de transmisiones en vivo de charlas y eventos producidos por ISIL, para su difusión de manera digital.

3.3 Logros alcanzados

En el desempeño en las funciones mencionadas se aplicaron métodos que dieron como resultado avances en los procesos de realización de contenido audiovisual del área de marketing, tales como en el aumento de la producción de videos testimoniales en un 100%, lo que permitió un mayor contenido de utilidad para las campañas de admisión de ISIL. También la aplicación de mejoras en las transmisiones en vivo, que facilitó el alcance de charlas y eventos mediante plataformas digitales alcanzando una audiencia virtual aproximadamente del 50%. La mejora en los procesos de realización durante todas las etapas de producción se vio reflejado en la calidad de los productos entregados, alcanzando un tiempo de entrega de 2 semanas por cada video. De esta manera, la optimización de procesos de realización de piezas audiovisuales fortaleció las estrategias de marketing aplicadas en cada campaña de la institución.

IV. RESULTADOS Y EVIDENCIAS DE LA APLICACIÓN PROFESIONAL

4.1 Implementación práctica

ISIL es un centro de educación superior que en cada campaña de admisión ejecuta una estrategia de marketing para la captación de nuevos estudiantes y la retención de estudiantes actuales. En este contexto desde el área de marketing se busca lograr los objetivos trazados mediante la aplicación de estrategias que hacen uso de diversos canales de comunicación. Es así que para la campaña del 2023-2 se planteó la necesidad de crear más material con la finalidad de alcanzar estos objetivos. Entre el material propuesto se presentó el proyecto de videos testimoniales. Material que complementaría la estrategia de la campaña 2023-2 y que seguiría para la campaña 2024-1 de admisión de ISIL. El objetivo de este material audiovisual sería servir como contenido complementario en las estrategias digitales de la campaña de ese mismo año, que sería publicado en las redes sociales, pauta digital y paneles dentro de las sedes de la institución educativa.

Lo que se comunicaría mediante estas piezas audiovisuales sería la experiencia de exalumnos con perfiles de éxito durante su paso por ISIL, y cómo la institución les permitió fortalecer sus capacidades con la metodología “Aprende a tu manera”.

Para el desarrollo de este material se procedió elaborando un plan detallado que iba desde la etapa de producción que consistía en: recolección de datos, filtración de perfiles, convocatoria, armado de guion y programación de fechas de grabación. Luego en la etapa de grabación en donde dependiendo de la disponibilidad del entrevistado se graba en las instalaciones de ISIL o en un

espacio acondicionado por el entrevistado, para posteriormente editar el material para ser entregado en distintos formatos para su publicación en los diversos canales digitales de ISIL.

Si bien en campañas anteriores se habían realizado testimoniales, ya había pasado mucho tiempo desde su publicación y esas versiones anteriores daban señales de haber sido realizadas en otros contextos respecto a la información, la calidad audiovisual, el contexto digital actual. Por lo que la implementación de esta nueva forma de realizar estos videos significó un avance en el proceso de la realización de contenido para las campañas de marketing de ISIL. Se rediseñó por completo el apartado visual de las entrevistas, el tono y su implementación sinérgica con las estrategias de la campaña.

Para su desarrollo se utilizaron diversas herramientas digitales enfocadas en la edición y post producción audiovisual como Adobe Premiere, After Effects, Audition, Illustrator y Photoshop. Esto también acompañado del manual de marca que sirvió para partir de pautas respecto a los colores y fuentes usadas para las sobreimpresiones de los videos.

La duración de este proyecto fue aproximadamente de 3 meses en donde se realizó cada una de las etapas mencionadas anteriormente.

En la elaboración de este proyecto no solo se participó desde el área de marketing, sino también se solicitó apoyo al área académica y al área de empleabilidad de donde se pudo solicitar la base de datos necesaria para la selección de perfiles para las grabaciones, asimismo también el área administrativa de cada campus que facilitó el uso de sus instalaciones para las grabaciones.

Tabla 1

Flujo de trabajo para video testimonial

Etapa	Descripción	Tiempo	Presupuesto
Convocatoria	Se filtraba de la base de datos perfiles para los videos testimoniales	5 días	S/. 0.00
Preproducción	Se definía fecha y lugar de grabación con el egresado. También el guión para el video	5 días	S/. 0.00
Realización	Se realiza la grabación con el apoyo técnico de una persona adicional.	1 día	S/. 200
Edición	Se edita el material grabado y se realizan trabajos de post producción para su publicación	7 días	S/.0.00

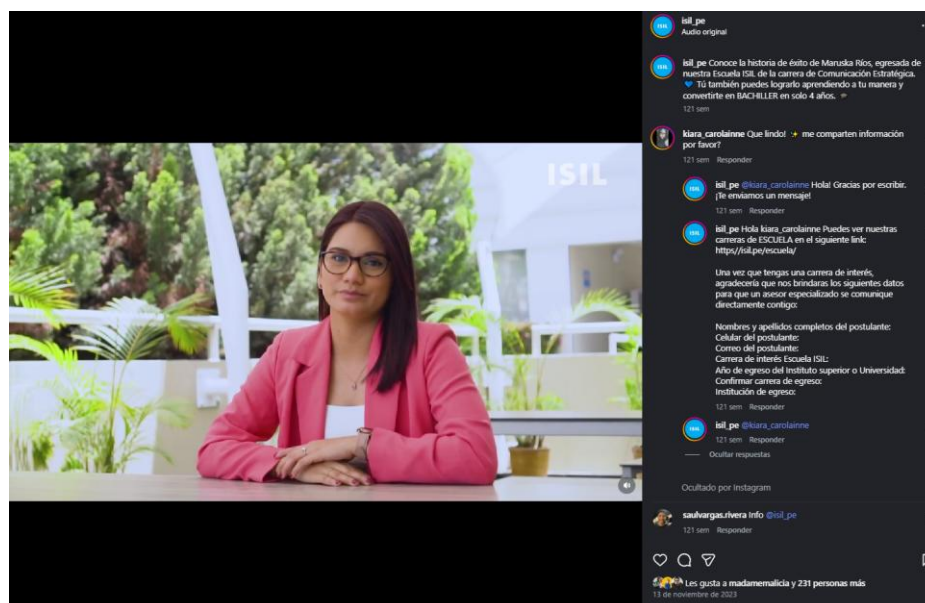
Tabla 2

Lista de entrevistados para la campaña de testimoniales 2023-2

Entrevistados	Carrera	Plataforma
Carol Bendezu	Marketing e Innovación	Instagram y Youtube
Maruska Rios	Comunicación Estratégica	Instagram y Youtube
Renzo Sandoval	Comunicación Estratégica	Instagram, Facebook y Youtube
Sait Vásquez	Administración de Empresas	Youtube
Miguel Valdivia	Comunicación Estratégica	Instagram y Youtube

Figura 2

Testimonial de Maruska Ríos



Nota: Captura de pantalla de testimonial publicado en Instagram

Fuente: Instagram de ISIL <https://www.instagram.com/p/Czl-tGogtZx/>

4.2 Indicadores de éxito o impacto

La implementación de esta estrategia de comunicación y contenidos fortaleció distintos procesos institucionales vinculados al marketing de la propia institución educativa. Se tuvo un aumento de un 100% en la producción de videos testimoniales teniendo en cuenta que anteriormente no se realizaba este tipo de contenido dirigido a las campañas de admisión. De esta manera los videos testimoniales, debido a su naturaleza, ayudaron al posicionamiento de ISIL en la percepción de calidad y empleabilidad.

En la campaña 2023-2 se alcanzó una reducción del costo de adquisición de estudiantes en aproximadamente un 30% respecto al año 2019, lo que significó un mejor uso de los recursos en las ejecuciones de planes estratégicos de

comunicación y marketing. Dejando claro la optimización de este plan de marketing del cual este proyecto formó parte.

Se mejoró el proceso de las grabaciones de testimoniales, debido a que a partir de la experiencia inicial se pudieron programar con anticipación los testimoniales necesarios para cada campaña siguiente. De esta manera se estableció como parte de toda estrategia futura la realización de este contenido. Siendo así que se mejoró la producción de este contenido respecto a campañas anteriores en donde no se tenía contemplado el uso de este tipo de videos, siendo así que hasta la fecha se sigue empleando su producción como complemento de campaña.

4.3 Resultados obtenidos

Durante esa campaña se pudo constatar un mayor alcance de las interacciones en los canales digitales y también en las actividades presenciales que formaron parte de las estrategias de admisión. Logrando así alcanzar aproximadamente el 36%, lo que significó un récord histórico en la participación estudiantil.

En el área de marketing se reforzó las estrategias de cada campaña de admisión con la implementación de este material que repotenciaba la calidad en el contenido y la comunicación. Siendo así que se estableció como parte de cada estrategia a futuro. De esta manera la el área se vio beneficiada obteniendo un producto más con la capacidad de adaptarse a diversos requerimientos.

En este sentido, la producción de videos testimoniales se incorporó como recurso estratégico de comunicación para diversas áreas de la institución. que

buscan alcanzar resultados mediante estrategias de comunicación. Siendo algunos casos los testimoniales solicitados por el área de empleabilidad y gerencia general por el aniversario de 40 años. De la misma manera este material fue utilizado como soporte en procesos de información y decisión de los postulantes.

ISIL, fue premiado en los Effie Awards en la categoría “Educación” debido al éxito de la campaña “Aprende a tu manera”. Este premio se obtuvo debido a los resultados sobresalientes en los procesos de admisión y en la eficiencia de inversión. El proyecto de videos testimoniales formó parte de esta campaña premiada.

Figura 3

Testimonial Carol Bendezú

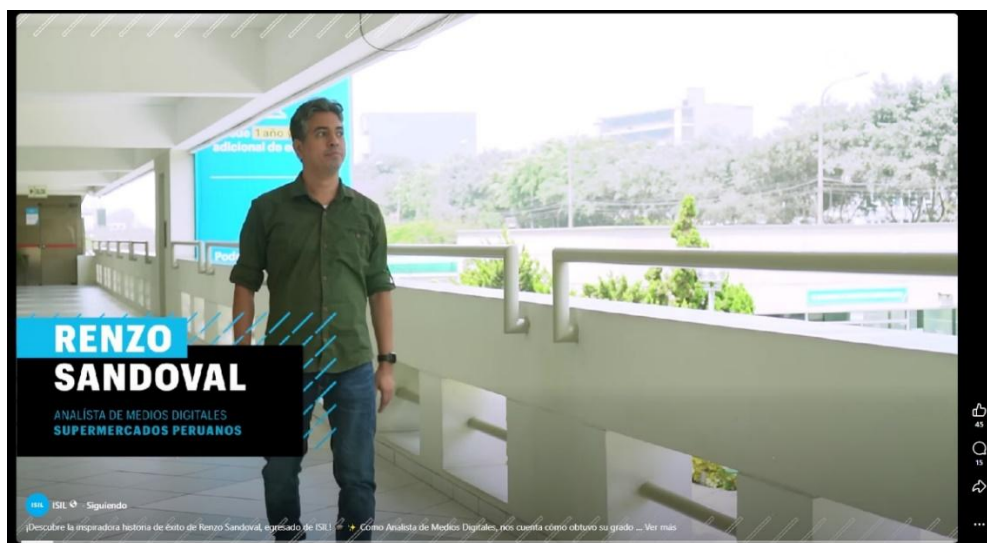


Nota: Captura de pantalla de video testimonial publicado en YouTube.

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=7Wx6ueKyopU>

Figura 4

Testimonial Renzo Sandoval



Nota: Captura de video testimonial publicado en Facebook.

Fuente: <https://www.facebook.com/reel/349880138030229>

4.4 Comparación con la situación anterior

El área de marketing durante cada campaña requiere de constante material en sus canales digitales para mantener al público objetivo informado sobre la institución y de esta manera decida acudir a esta. De esta manera, si bien se tiene material previsto como spots publicitarios, diseños gráficos, stories de redes sociales y transmisiones en vivo, no contaba con material propiamente reconocido como testimoniales con énfasis en experiencias reales.

El proceso de realización de videos testimoniales era casi nulo.

Si bien existía material de campañas anteriores, no se tiene registro de los procesos realizados para su producción. Lo que dejaba en evidencia que no había un control o conocimiento de dichos procesos. En ese sentido se desconocía la capacidad de impacto de ese material previamente hecho.

Es así, que ante la propuesta de la implementación de videos testimoniales se partió desde cero sin tomar en cuenta referencias anteriores lo que significó un planteamiento auténtico. Se mejoró en los procesos de coordinación y etapas de producción audiovisual, con énfasis en la calidad de la imagen y el sonido haciendo uso de equipos de grabación más actuales y técnicas de iluminación más detalladas, como así también la adaptación del material para cada canal de comunicación donde se proyectaría. De esta manera no solo se implementó un producto que reforzaba las estrategias de cada campaña, sino que se entregó un producto de mejor calidad.

4.5 Análisis crítico de la experiencia

Durante la etapa de producción de estas piezas se coordinó con diversas áreas de la institución. En ese sentido se pudo desarrollar un trabajo en equipo que abarcó diversas áreas ajenas a donde se desarrollaban las funciones del puesto. Asimismo, el proyecto fue realizado enteramente de forma de individual lo que permitió controlar cada etapa de proceso y gestionar su correcta ejecución.

Como todo proceso nuevo en implantarse tuvo que enfrentar desafíos. Se tuvo que tomar de decisiones al elegir perfiles para las entrevistas que vayan acorde a lo que se buscaba comunicar, asumiendo también las responsabilidades de respecto a los plazos de entrega y las gestiones administrativas para el correcto desarrollo de las grabaciones. Se logró administrar los recursos, no solo técnicos, sino también humanos buscando una sinergia que permita un trabajo lo mas eficiente posible.

Esta experiencia contribuyó al crecimiento profesional de quien desarrolló todas las tareas en cada etapa del proceso, no solo porque requirió un esfuerzo adicional, sino que también permitió desarrollar nuevas habilidades de organización y liderazgo en los momentos en los que se tuvo que solicitar apoyo externo a la institución para funciones operativas en la etapa de grabación. Aptitudes como la delegación de funciones, trabajo en equipo, liderazgo de proyectos y comunicación asertiva fueron aplicadas en el desarrollo de este proyecto y fortalecieron el perfil profesional de quien lideró este proyecto.

V. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

La aplicación de estrategias de comunicación orientadas a la experiencia de usuario o consumidor son de gran relevancia e impacto en el público objetivo al que se dirige la comunicación. Gracias a los conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación Estratégica se pudo llevar a cabo este proyecto de contenidos testimoniales para ISIL, que acompañó y reforzó las estrategias de comunicación enfocadas en la admisión 2023-2. Siendo así que se ha planteado el desarrollo de este tipo de contenido en toda campaña de admisión posterior.

El impacto de estos videos ha dado pie a que haya mayor disponibilidad de la comunidad ISIL a contar sus experiencias para futuro contenido testimonial de campaña.

5.2 Recomendaciones

Para una optimización en la realización de los testimoniales se debe tener en cuenta los siguientes puntos para futura campañas:

- **Selección de Perfiles:** Implementar un proceso de filtrado más riguroso para identificar "casos de éxito" que generen mayor impacto con el público objetivo.
- **Planificación Presupuestaria:** Asignar un presupuesto específico para la realización de estas piezas audiovisuales. Esto es importante para

cubrir el incremento de personal necesario en las etapas de rodaje y postproducción.

- **Escalabilidad del Equipo:** Reconocer que, dada la complejidad técnica, la cobertura integral de las etapas de producción requiere un equipo multidisciplinario (evitando el modelo de operador único).
- **Estrategia Narrativa:** Definir previamente la cantidad de piezas, el tono y el enfoque narrativo de cada testimonio para asegurar coherencia con la temática de la campaña y garantizar un resultado orgánico.

VI. Bibliografía

Northmore, M. (2025, 30 de octubre). *What makes students testimonials crucial for university recruitment marketing?*. Noetic marketing.

<https://www.noeticmarketer.com/blog/student-testimonials-for-higher-education>

Pedreschi, R. & Nieto, O. (2022, julio-noviembre). *El marketing educativo como estrategia para captar estudiantes para la licenciatura en administración de mercadeo, promoción y ventas en la extensión universitaria de aguadulce*. Revista Saberes APUDEP, 5 (2), 43-51. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/223/2233451025/>

VII. Anexos

7.1 Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de Suficiencia Profesional

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Implementación de una mejora del proceso de contenido testimonial para la promoción de la experiencia estudiantil en ISIL

Integrante:

1. Sandoval Quispe, Luis Enrique

Asesor: Sam Anlas, Carlos Antonio

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

En el desarrollo de la implementación de la estrategia de fortalecer las campañas de admisión mediante el uso de contenido audiovisual testimonial de exalumnos permitió que se visibilizara más los casos de éxito en ISIL fomentando la identidad en el alumnado y teniendo mayor impacto en el público general. De esta manera tuvo un impacto positivo fortaleciendo la imagen de la institución y el vínculo con el alumnado. Su aplicación permitió un mejor posicionamiento en redes y a su vez se mantuvo como parte de las estrategias para campañas posteriores.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Se concluye que la implementación de este material audiovisual es de suma importancia para el óptimo desarrollo de una campaña de marketing educativo, debido a que cuentan con una temática que conecta emocionalmente con la comunidad y refuerza la imagen de éxito de la institución. Se evidenció que su impacto fue positivo para el desarrollo de la campaña de admisión del periodo 2023-02.

7.2 Certificado de trabajo



Lima, 15 de Mayo de 2024

CERTIFICADO DE TRABAJO

Por medio de la presente, dejamos constancia que el Sr(ta). LUIS ENRIQUE SANDOVAL QUISPE, identificado con DNI N° 46295136 ha prestado servicios en nuestra empresa INSTITUTO SUPERIOR SAN IGNACIO DE LOYOLA S.A. con RUC: 20100134455, desde el 03 de Junio de 2019 hasta el 15 de Mayo de 2024, desempeñando el cargo de ASISTENTE AUDIOVISUAL.

Sin otro particular, se expide el presente certificado de acuerdo a ley, para los fines que el interesado considere conveniente.



César Rovegno
Gerente de Recursos Humanos

CESAR AUGUSTO ROVEGNO ORNANO

INSTITUTO SUPERIOR SAN IGNACIO DE LOYOLA S.A.

7.3 Nota de prensa Effie Awards ISIL

Enlace: <https://www.mercadonegro.pe/educacion/isil-se-convirtio-en-la-institucion-educativa-mas-galardona-en-la-historia-de-los-effie-awards-peru/>

17/3/26, 4:26 p.m. ISIL: la institución educativa más galardonada en la historia de los Effie

martes, marzo 17, 2026 SUSCRÍBETE A NUESTRO NEWSLETTER MEDIKIT f @ y in



mercado negro
La voz de la industria

ACTUALIDAD ▾ MARKETING ▾ PUBLICIDAD ▾ DIGITAL ▾ ESPECIALES MN ▾ ESPECIALISTAS 🔍 ↻

Home > Educación

ISIL se convirtió en la institución educativa más galardonada en la historia de los Effie Awards Perú

3 años ago en Educación



[Facebook](#) [Twitter](#) [Whatsapp](#) [Telegram](#) ↻

La institución de educación superior fue la única premiada en la categoría de Educación por su campaña "Aprende a tu manera" en la edición 2023 de los Effie Perú, sumando su séptimo metal.

Cada año, los **Effie Awards** Perú reconocen los logros que las marcas, empresas y personas han obtenido a través de sus campañas de marketing a nivel mundial o país, premiando la efectividad a la hora de alcanzar sus objetivos. En la edición 2023, **ISIL se alzó como la única institución educativa en llevarse un Effie a casa en la categoría Educación y Capacitación.**

La institución de educación superior más premiada en la historia de los Effie Awards Perú