



# TRABAJAR CON AGENTES



**AMPLÍE Y DIVERSIFIQUE SU CAPTACIÓN  
DE ESTUDIANTES INTERNACIONALES**

[icef.com](http://icef.com)

La globalización ha propiciado la demanda de educación en el extranjero en cantidades nunca antes vistas. Ahora más que nunca, los estudiantes desean estudiar en otros países. El crecimiento de la riqueza y de la clase media en muchas economías le permite a una gran cantidad de estudiantes viajar para estudiar.

El crecimiento del número de estudiantes ha hecho que también crezca la competencia entre educadores. La captación de estudiantes internacionales se ha vuelto una prioridad para las instituciones alrededor del mundo, ya que nuevos destinos para estudiar compiten por un puesto en este mercado y los educadores buscan darse a conocer en mercados internacionales.

La manera más eficiente en términos económicos de posicionar su institución en un mercado específico a largo plazo es externalizar la captación de estudiantes a través de agentes educativos. El conocimiento que las agencias tienen de sus mercados le facilitará acceder y captar estudiantes en esas regiones de forma rápida y efectiva.

## ¿QUÉ ES UN AGENTE EDUCATIVO?

Un agente educativo es una persona, organización o empresa que proporciona apoyo educativo y servicios de colocación a estudiantes que están interesados en estudiar en el extranjero. La labor de un agente es aconsejar a los estudiantes y a sus familias para la selección de una institución, programa de estudio y país de destino en base a las necesidades del estudiante.



## CLASES DE AGENTES

### Agentes y orientadores educativos

Agentes que representan un número limitado de instituciones educativas, y con frecuencia se especializan en ciertos programas y destinos. Es usual que se deba firmar un contrato antes de que un agente de esta categoría empiece a representar una institución.

### Consejeros de estudios en el exterior

Profesionales que proporcionan información general sobre oportunidades de estudio en el exterior, a menudo al servicio de una organización pública.

### Agentes de viajes con departamento de educación

Agentes que venden programas de educación, además de otros paquetes de viajes. Aunque muchos educadores inicialmente no son muy dados a trabajar con agentes de viajes, suelen ser buenos representantes educativos. Los agentes de viajes tienen bases de clientes sólidas, oficinas bien ubicadas, hablan inglés y están familiarizados con los procesos de visas y transacciones en monedas extranjeras. Los bajos márgenes de ganancias en la competitiva industria del turismo, son un aliciente para que estos agentes inviertan en departamentos de educación y amplíen sus márgenes.

## ¿POR QUÉ TRABAJAR CON AGENTES EDUCATIVOS?

Cada vez se hace más importante la necesidad de un asesoramiento educativo profesional. En muchos países, es una práctica común que futuros estudiantes utilicen los servicios de un agente educativo para elegir una institución educativa en el extranjero. Así mismo, entre el 60 y el 80% de los estudiantes internacionales cuentan con la ayuda de asesores y agencias educativas.

Un agente con buen entendimiento del mercado local puede ser su punto de contacto y actuar como una extensión de su equipo de captación. Como vínculo directo con los estudiantes y sus familias, los agentes pueden resolver cualquier duda, tranquilizar y guiarlos durante todo el proceso de admisión, además de proporcionar apoyo en la obtención de la visa. Los agentes están mejor equipados para maximizar el uso de las redes sociales en sus países de origen y saben mejor cómo llegar a estudiantes potenciales y captarlos.

## ¿QUÉ PUEDE HACER UN AGENTE EDUCATIVO POR USTED?

- Proporcionar acceso rápido y directo a territorios locales específicos gracias a conocer el mercado, idioma y cultura local
- Dar sugerencias innovadoras para una promoción adecuada en el país objetivo
- Reclutar estudiantes de manera eficiente y con experiencia local
- Reducir considerablemente la carga de trabajo de sus servicios de admisiones, asumiendo importantes tareas de captación sin afectar su presupuesto de recursos humanos
- Ayudar a diversificar las matrículas en un número de países, sin tener que gastar cantidades considerables para promocionar sus programas en cada país
- Prestar apoyo en el país y por lo tanto reducir la necesidad de viajes frecuentes a ciertos mercados
- Mejorar la calidad de los estudiantes aspirantes al usar criterios específicos para dirigirse a los estudiantes adecuados
- Fomentar el aumento de la demanda para programas menos populares
- Representación durante todo el año
- Proporcionar infraestructura local
- Proporcionar opiniones y valoraciones de los estudiantes internacionales



# VENTAJAS DE RECLUTAR ESTUDIANTES POR MEDIO DE AGENTES EDUCATIVOS

Los agentes son una forma de riesgo reducido y bajo coste de aumentar las matrículas de estudiantes internacionales. Tanto su institución como sus estudiantes se pueden beneficiar de las ventajas de externalizar la captación de estudiantes con agentes. Una vez se establece una buena red de agentes, el coste de las operaciones será relativamente económico.



Un agente es la persona local responsable en quien los estudiantes y padres pueden confiar y a quien pueden contactar fácilmente en su propio país y en su propia lengua. Esto es especialmente importante para los estudiantes que escogen programas de estudio de larga duración.



El agente estará familiarizado tanto con las fortalezas de su institución como con el perfil, necesidades, expectativas y habilidades del estudiante y debe poder sugerir una buena combinación estudiante-institución.



Los agentes ofrecen servicios de valor añadido útiles para los estudiantes como ayuda para completar formularios, planificación del viaje, información sobre seguros y alojamiento, preparación para exámenes y obtención de la visa.



Además, el asesoramiento y orientación del agente, permite a los estudiantes ahorrar tiempo y dinero, y les ayuda a tomar decisiones mejor fundamentadas antes de emprender el viaje (p.ej. sobre alojamiento, transporte, comidas, ciudades, coste de vida, clima, vida social, cultura etc.).



Si es necesario, los agentes pueden ofrecer soporte telefónico y por correo electrónico a los estudiantes y sus familias incluso cuando ya se encuentren matriculados.

Escoger en dónde estudiar en el extranjero es una de las decisiones más importante que los estudiantes toman en sus vidas debido al considerable compromiso financiero que representa, por lo general financiado por sus familias. Incluso para los profesionales más experimentados, no siempre es fácil viajar y vivir en un país extranjero y para los estudiantes tímidos o provenientes de áreas rurales puede ser una experiencia abrumadora.

Las altas expectativas de padres y estudiantes hacen que el rol de las agencias de captación de estudiantes haya cambiado y evolucionado más allá de los procesos de admisión. En la actualidad, las agencias prestan servicios adicionales relacionados con visas y viajes, así como consejería.

En ocasiones los educadores no se dan cuenta de la importancia de trabajar con agentes educativos en los países con una mayor afluencia de estudiantes internacionales. Los estudiantes necesitan los servicios que los agentes ofrecen y los usan incluso si el agente no tiene con un contrato formal con una institución en particular. En pocas palabras, los estudiantes confían en los agentes dada su amplia experiencia internacional.

# ¿CÓMO TRABAJAR CON UN AGENTE?

El trabajo en conjunto entre agentes y educadores es indispensable. Es importante siempre brindar a los agentes la información requerida para que puedan representarlo de forma competente. Recuerde que los agentes están sujetos a las opiniones de los padres y de los estudiantes que regresan de sus destinos educativos. Una mala experiencia de un estudiante, ejerce un daño reputacional muy elevado en un agente. Por lo que su propio éxito como educador, será también el éxito de un agente como asesor/orientador educativo, y viceversa.

Los mejores resultados se obtienen si construye una alianza sólida y a largo plazo con los agentes elegidos. Trabaje con los agentes con el mismo enfoque con el que trabaja con el resto de su personal.

## PASO 1 – ENCONTRAR Y VERIFICAR AGENTES

Empezar a trabajar con agentes puede ser un desafío. No obstante, existen muchos recursos disponibles. Es fundamental una debida y adecuada diligencia en la gestión de agentes y asegurar que todos los agentes con los que se trabaje hayan pasado un proceso de verificación y gocen de una buena reputación. Es clave tener un procedimiento y criterios establecidos para la selección de agentes.

## PASO 2 – PROPORCIONAR FORMACIÓN Y SOPORTE DE MARKETING

Es importante firmar contratos con agentes y proporcionar formación y soporte en promoción y marketing. Esto les ayudará a entender mejor los principales argumentos de ventas de la institución y contar con el conocimiento apropiado de sus programas y de los procesos de admisión.

## PASO 3 – CONSTRUIR ALIANZAS SOSTENIBLES Y A LARGO PLAZO

Es clave establecer relaciones exitosas entre instituciones y agentes colaboradores para lograr los objetivos de captación institucional (y en consecuencia a nivel nacional), en términos de números, diversidad y calidad de los estudiantes. La gestión de la relación debe empezar desde el primer día y mantenerse por la duración del contrato. Es fundamental trabajar de manera conjunta y colaborativa con los agentes, para así aclarar responsabilidades, mantener una comunicación permanente y procesos de formación continua. Tenga en cuenta que un agente puede requerir un tiempo considerable antes de empezar a captar estudiantes de manera efectiva para su institución, por lo que se recomienda enfocar la relación comercial con el agente a largo plazo y tener paciencia.

A medida que aumenta el trabajo con agentes, surgen nuevas preguntas e ideas sobre las mejores prácticas en la relación agente-educador y sobre cómo proteger los intereses de los estudiantes.

La educación internacional está claramente avanzando hacia una mayor transparencia y mejores prácticas y es probable que el uso generalizado de agentes educativos acelere este proceso.

## ¿DÓNDE ENCONTRAR AGENTES FIABLES?

Muchos educadores consideran que los agentes los deben contactar. Esta es una estrategia de baja efectividad ya que la competencia es fuerte y muchas instituciones en todo el mundo les ofrecen constantemente diferentes incentivos a los agentes para que vendan sus programas.

- Puede encontrar agentes educativos en ferias y conferencias internacionales del sector, pero allí no hay forma de estar seguro de la cantidad o calidad de las agencias que participan. También puede visitar a los agentes en sus países de origen. Sin embargo, esta opción supone un gran esfuerzo en tiempo, preparación y gasto, y no tendrá la certeza de que el resultado será el adecuado.
- En Internet podrá encontrar nombres de agencias e información sobre ellas. En la página de ICEF puede encontrar información de contacto de agentes acreditados por ICEF ([www.icef.com/icef-agent-training](http://www.icef.com/icef-agent-training)).
- En los eventos ICEF podrá conocer a agentes educativos de todo el mundo, que han sido cuidadosamente examinados y seleccionados en base a su experiencia, referencias y diligencia en la gestión de su labor. Los eventos ICEF son la forma más efectiva en términos de tiempo y coste, para conocer personalmente a un gran número de agentes con una calidad y experiencia contrastada. Aun captando un solo agente que le mande un estudiante, habrá cubierto su coste de participación.

**MENOS ES MÁS:** Cuanto más contratos con agencias tenga, más complicada será la gestión de su red de agentes. Firmar muchos contratos con agentes no es una estrategia muy efectiva y es muy recomendable seguir un proceso de comprobación de agentes antes de firmar. Firmar contratos solo por tenerlos firmados puede ir en detrimento de sus intereses. Es mejor enfocarse en las agencias más adecuadas para su institución y con las cuales tenga oportunidades reales de crecimiento a largo plazo.

## ¿CÓMO FIRMAR UN CONTRATO CON UN AGENTE?

Para garantizar el beneficio mutuo, asegúrese de tener vigente un contrato por escrito que ambas partes entiendan y con el que estén de acuerdo. El contrato debe ser un documento con validez legal en ambos países. La lista a continuación no está completa, pero le puede dar una idea de las consideraciones que se deben incluir en un contrato con una agencia que desee representarlo en el exterior.

- **Definir roles y responsabilidades de ambas partes:** ¿Qué debe hacer el agente en su nombre? ¿Con qué frecuencia y en qué cantidad le proporcionará materiales al agente?
- **Revisar del plan de negocios:** ¿Qué estrategia de marketing empleará el agente? En caso de ser necesario ¿Qué presupuesto requiere? ¿Cuántos estudiantes planea enviar el agente a su institución?
- **Establecer indicadores claves de rendimiento:** Especifique el número de estudiantes que espera que el agente refiera a su institución, así como las características de los estudiantes que está buscando.

- **Condiciones de pago:** Asegúrese de que sean claras, sencillas y detalladas. ¿Cuál es el nivel de compensación? ¿Existen gastos reembolsables? ¿Quién cubrirá las comisiones bancarias? ¿En qué fecha se deben realizar los pagos y depósitos?
- **Exclusividad:** Algunos agentes pedirán representarle en exclusiva en una zona determinada. Sea cauteloso antes de acceder a esta petición y solo considere la exclusividad para aquellos agentes que hayan probado generar un buen volumen de negocio y que sean fiables. También se debe dejar claro y lograr que ambas partes estén de acuerdo sobre las causas de terminación de la exclusividad.
- **Pautas para la resolución de conflictos:** El contrato debe establecer de forma clara cómo se resolverán los conflictos, incluyendo la jurisdicción, proceso y plazos.
- **Duración del contrato:** El contrato inicial se debe firmar por un periodo de tiempo establecido (p. ej. un año). Asegúrese de incluir cómo se puede terminar el contrato y si se prorrogará automáticamente si ninguna de las dos partes decide terminarlo. Recuerde que el experto legal de su institución debe validar el contrato antes de que se firme.



## SENCILLO PERO EFICAZ

Simplifica las cosas: los contratos legales complicados y la cantidad de requerimientos administrativos no asegurarán el buen rendimiento ni su reputación con un nuevo agente. Los contratos sencillos y directos, con términos razonables y cláusulas de exclusión claras, constituyen una base mucho más eficaz para una relación productiva.

## REMUNERACIÓN DEL AGENTE

Como en cualquier otro negocio, los términos y la remuneración pueden variar dependiendo de los agentes. En general, la cantidad de la comisión, que es la forma más común de remuneración de los agentes, varía de acuerdo al tipo y la duración del curso escogido por el estudiante. El porcentaje de comisión pagado por las universidades y los colegios es menor que el de cursos cortos de idiomas, ofertados durante los meses de vacaciones y por lo general para grupos en vez de personas individuales.

Sin embargo, algunas universidades e instituciones de educación superior no pueden ofrecer comisiones. Esto no debería ser un problema ya que existen formas alternativas de remuneración que se pueden acordar entre agentes y educadores.

# FORMAS MÁS COMUNES DE COMPENSACIÓN

**Por comisión:** El agente educativo recibe un porcentaje de comisión sobre la matrícula. Como referencia, el promedio es de 10% sobre la matrícula del primer año para internados, programas vocacionales o universitarios, y 15-25% para programas de corta duración como cursos de idiomas y cursos de verano. Si se reúne un grupo de estudiantes, es común ofrecer cupo gratuito para un número de estudiantes. La ventaja del pago por comisión es que, si el agente no tiene un buen rendimiento, no recibirá remuneración. Muchas instituciones educativas (en especial aquellas que ofrecen programas de idiomas) ofrecen incentivos con base en el rendimiento y estos pueden aumentar si se alcanzan los objetivos.

**Pago por estudiante:** El agente recibe un pago fijo por estudiante como remuneración por sus servicios. Como incentivo adicional, se puede ofrecer un bono que se pague cuando se alcance un número determinado de matrículas.

**Pago por adelantado:** El agente recibe un pago anticipado por sus servicios de representación y captación de estudiantes en una región concreta, por un período de tiempo determinado.

**Tarifa de asesoramiento:** El agente le cobra al estudiante una tarifa de asesoramiento, integrando las tarifas publicadas por las escuelas en un paquete ofrecido a los estudiantes que puede incluir otros servicios tales como viaje, seguro, alojamiento y arreglos de visa.



## ¿POR QUÉ TRABAJAR POR COMISIÓN?

Basándonos en años de experiencia, consideramos que una comisión per cápita es la forma de compensación más efectiva y transparente de las diferentes opciones disponibles.

La remuneración por comisión permite a las instituciones educativas esperar y exigir al agente responsabilidad, transparencia y un apoyo al estudiante continuo.

Un modelo de comisión por estudiante vincula directamente los intereses del agente con los de la institución y del estudiante. Si el agente no puede referir estudiantes que cumplan con los requisitos de acceso a la institución receptora, esto evidenciará rápidamente la relación agente/educador y llevará consigo una reducción de los ingresos para ambas partes.

Del mismo modo, si una mayoría de estudiantes remitidos por un agente no están satisfechos con el servicio del mismo, y no consiguen aprobar sus estudios, se dará un deterioro progresivo de la relación agente / educador. Esta situación también afectará a futuros estudiantes. El bienestar del estudiante es de interés mutuo para el agente y el educador, y representa uno de los condicionantes principales de la relación entre ambas partes.



# MEDIR EL RENDIMIENTO DE UN AGENTE

Existen varios aspectos a considerar y opciones para que las instituciones establezcan un marco para evaluar el rendimiento del agente. Así como en el rendimiento de los estudiantes, existen características cuantificables que pueden ayudar a evaluar a una agencia.

Por ejemplo:

- Número de estudiantes referidos
- Rendimiento - Número de solicitudes vs. número de matrículas
- Opiniones y valoraciones de los estudiantes
- Acreditación en la industria o participación como miembro de asociaciones sectoriales
- Rentabilidad de inversión directa
- Certificaciones de la industria como QEAC, ITAC, etc.

Una vez dichos elementos tengan un seguimiento fiable dentro del marco de evaluación de un agente, las instituciones podrán observar patrones de agencias individuales. De la misma manera, se hará más fácil establecer una correlación entre el rendimiento de la agencia y del estudiante. Por ejemplo, una agencia que refirió a varios estudiantes que no se integraron bien o no tuvieron un buen desempeño académico, o, por el contrario, una agencia cuyos estudiantes tuvieron un rendimiento académico alto y consistente.

En el lado cualitativo, los proveedores también pueden evaluar a las agencias en función de su disposición a participar en visitas de familiarización y otras actividades promocionales similares iniciadas por la institución o en cooperación.

## MEJORES PRÁCTICAS

Con el objetivo de construir una relación exitosa, debe comprometerse activamente con los agentes y mantener un apoyo y formación constante. Las instituciones educativas cometen el error común de creer que la preocupación principal de los agentes es la comisión. Esto no es el caso. La preocupación principal de los agentes suele ser el mantenimiento de procesos de admisión efectivos y transparentes, tanto como contar con un apoyo sólido por parte de la institución. Por lo que a mayor y mejor apoyo al agente, mayor captación internacional.

### PONER CARA A SU INSTITUCIÓN

Cuando los educadores preparan y forman a sus agentes, pasan mucho tiempo explicando sus programas, precios de matrícula y opciones de alojamiento. Esta información es muy importante, pero también lo es presentar los agentes a su equipo de admisiones, servicios al estudiante, y alojamiento. Asegúrese de que los agentes conozcan los nombres de las personas que los ayudarán y apoyarán, e incluya fotos de ellos en el material informativo.

### FORMAR Y COMPROMETER A TODOS LOS MIEMBROS DEL PERSONAL

Informe al personal de servicios al estudiante, admisiones, alojamiento y a la oficina de estudiantes internacionales que se espera de ellos que interactúen y cooperen con los agentes. Explíque a su equipo la importancia de mantener una relación fluida y una buena cooperación con los agentes.

### TRATAR A LOS AGENTES COMO UNA EXTENSIÓN DE SU EQUIPO

Proporcione las herramientas que necesiten las agencias para tener éxito y asegúrese de contar con los soportes adecuados. La comunicación es esencial, como con cualquier equipo de trabajo.

## UN TRATO PERSONAL

Muestre interés en las personas con las que trabaja, incluso pregúnteles sobre sus vidas y sus familias. Como indicó un reclutador muy experimentado: “Los agentes envían estudiantes a los educadores que les gustan y con los que se sienten más cómodos. Si lo conocen, si confían en él, es más probable que le envíen más estudiantes”.

Los agentes tienen una responsabilidad muy importante hacia los estudiantes y sus familias por la experiencia que estos estudiantes tienen en su institución. Los agentes adquieren confianza para elegirlo si tienen la certeza de que los estudiantes que le envíen estarán bien atendidos y tendrán una experiencia muy positiva. Su institución debe mostrarse dispuesta a prestar apoyo y a construir una relación de confianza con el agente. Sentarse a captar estudiantes desde un sillón no fomenta esta relación de confianza.

## FORMACIÓN PRESENCIAL

No hay mejor manera de promocionar su institución y capacitar a los agentes que la formación presencial. El modo preferible para preparar a los agentes y maximizar el rendimiento de su inversión es organizar visitas de familiarización en las que los agentes visiten sus instalaciones. Para los agentes será mucho más fácil promocionar una institución que hayan visitado. También considere visitar a los agentes en sus países de origen cuando tenga la oportunidad. Realice sesiones de formación con otras personas de la agencia para asegurarse de que todos sepan como representar a su institución de la mejor manera.

## PRONTA RESPUESTA A LAS CONSULTAS DE LOS AGENTES

Recuerde que los agentes reciben llamadas y visitas de los estudiantes y sus familias. Si no responde con celeridad, tal vez su competencia sí lo haga. Comuníquese por medio de herramientas como WhatsApp, Line, y WeChat.

## MATERIALES PROMOCIONALES

Elabore un manual para agentes que contenga información de contacto relevante, descripciones de programas, opciones de alojamiento, detalles de servicios estudiantiles e información financiera. Asegúrese de que los materiales promocionales del agente estén actualizados y, si es posible, en la lengua del país del representante.

## LA CAPTACIÓN PASIVA NO ES EFECTIVA

Es indispensable salir. Visite a sus agentes para realizar sesiones de formación y conocer futuros estudiantes. No descuide la interacción social. Invite a los agentes a almorzar o a cenar para conocerlos mejor.

## ESCUCHAR A LOS AGENTES

Los agentes pueden proporcionar información valiosa sobre el mercado. Consulte con ellos sobre temas como el desarrollo de productos, la demanda de cursos, y cómo tener una presencia efectiva en el mercado.

## MANTENER EL CONTACTO

Asegúrese de que los agentes siempre tengan presente a su institución mediante el envío de actualizaciones periódicas, enlaces a videos, correos masivos y boletines informativos. Manténgase en contacto con comunicaciones regulares por medios como correo electrónico, redes sociales, aplicaciones y llamadas telefónicas. En una ocasión, una institución educativa experimentada, nos indicó que todos los días tenía a su personal contactando a sus agentes por Skype para simplemente saludarlos.

Este reclutador consideraba que esta rutina diaria por Skype era muy importante y le ayudaba a cultivar buenas relaciones con sus agentes.

## SOBRE ICEF

ICEF conecta a educadores, agentes educativos y proveedores de servicios especializados en educación internacional con mercados y redes de contactos por todo el mundo; apoyando de esta forma el crecimiento y el desarrollo del sector, así como la movilidad global de estudiantes.

A través de los diversos servicios y soluciones de ICEF, las instituciones educativas pueden lograr excelentes resultados en su desarrollo internacional, aumentando eficazmente su base de estudiantes internacionales. Miles de profesionales de la industria eligen cada año a ICEF por la alta calidad organizativa de nuestros eventos y de las agencias que participan en los mismos. Nuestros requisitos de participación para las agencias son muy exigentes y solo las mejores de cada mercado terminan participando.

## EVENTOS ICEF

Los eventos ICEF se realizan anualmente por todo el mundo y son reconocidos por su organización y excelencia, y especialmente por la calidad de las relaciones comerciales que facilitan. Nuestros eventos proporcionan la forma más rápida, efectiva y rentable de reunirse y mantenerse en contacto regular con los mejores agentes educativos del mundo, lo que aumenta en gran medida el número y la calidad de las matrículas de estudiantes internacionales.

Desde 1991, ICEF ha sido el líder en el sector de la educación internacional en la creación de nuevos estándares para la profesionalización de los agentes a nivel global. Todos los agentes que asisten a nuestros eventos son seleccionados cuidadosamente y deben pasar por el proceso riguroso de verificación de ICEF. Además, deben proporcionar varias referencias de socios educativos actuales, así como evidencia de prácticas de negocios éticas y un sólido historial de matrículas exitosas de estudiantes en instituciones relevantes.







Visite [www.icef.com/events](http://www.icef.com/events) para ver la lista completa de eventos ICEF.

## SOLUCIONES ICEF

ICEF ofrece soluciones personalizadas para aumentar el número y la calidad de sus matrículas de estudiantes internacionales, mientras desarrolla y fortalece su marca en la industria global:

Las Soluciones ICEF incluyen:

- **ICEF Monitor** [🔗](#) – Recurso #1 de la industria educativa en internet para noticias, información sobre el mercado e investigación sobre temas relacionados con la captación de estudiantes internacionales.
- **ICEF Insights** [🔗](#) – Una publicación anual con artículos, investigaciones y opiniones para profesionales en educación internacional.
- **ICEF Media / Virtual Reality** [🔗](#) – La producción de contenido de video y experiencias interactivas de realidad virtual para mejorar su marca global y atraer más estudiantes internacionales, hoy en día más fácilmente convencidos por lo visual que por lo escrito.
- **ICEF Alumni** [🔗](#) – Servicio para ayudarle a identificar, fortalecer y hacer crecer sus redes globales de antiguos alumnos: una poderosa herramienta de captación de estudiantes internacionales.

- **ICEF Professional Development**  – Asesoramiento estratégico y capacitación para educadores internacionales para ayudarlos a fortalecer su capacidad de crecimiento y lograr el éxito en nuestro sector, cada vez más complejo y dinámico.
- **ICEF Agent Training**  – Cursos de formación prácticos que les permiten a los agentes educativos ampliar su conocimiento de la industria, aprender sobre destinos de estudio y demostrar sus capacidades profesionales.
- **Qualified Education Agents (QEA) app**  – Una aplicación móvil que contiene nombres de más de 10 mil agentes acreditados en todo el mundo, un recurso invaluable para educadores que desean establecer alianzas con agencias expertas.
- **ICEF Agency Recognition Programme**  – Un programa de acreditación oficial para agentes que han cumplido con el riguroso estándar de calidad de ICEF.
- **ICEF i-graduate Agent Barometer**  – Una encuesta anual de más de 20 mil agentes alrededor del mundo para determinar por qué los estudiantes eligen destinos e instituciones específicas, y qué tipos de apoyo esperan de sus socios educadores, entre otros temas relevantes.
- **ICEF Education Fund**  – Una iniciativa que ayuda a jóvenes desfavorecidos de todo el mundo a acceder a la educación por medio de donaciones y apoyo a causas seleccionadas.

Visite [www.icef.com/solutions](http://www.icef.com/solutions) para obtener más información sobre las soluciones de ICEF.

## OFICINAS DE ICEF

### OFICINA PRINCIPAL DE ICEF

Tél. +49 228 201 190  
[contact@icef.com](mailto:contact@icef.com)

#### ICEF ASIA - PACÍFICO

Tél. +61 7 5545 2912  
[asiapacific@icef.com](mailto:asiapacific@icef.com)

#### ICEF BENELUX

Tél. +31 622 639 158  
[benelux@icef.com](mailto:benelux@icef.com)

#### ICEF BOSNIA

Tél. +387 61 026820  
[bosnia@icef.com](mailto:bosnia@icef.com)

#### ICEF BRASIL

Tél. +55 11 3064 5714  
[brazil@icef.com](mailto:brazil@icef.com)

#### ICEF BULGARIA

Tél. +359 885 779328  
[bulgaria@icef.com](mailto:bulgaria@icef.com)

#### ICEF CANADÁ

Tél. +1 877 941 1110  
[canada@icef.com](mailto:canada@icef.com)

#### ICEF CHINA

Tél. +86 10 8447 0246  
[china@icef.com](mailto:china@icef.com)

#### ICEF LATINO AMÉRICA

Tél. +57 321 700 8364  
[latam@icef.com](mailto:latam@icef.com)

#### ICEF MEDIO ORIENTE Y NORTE DE ÁFRICA

Tél. +961 1 490 205  
[mena@icef.com](mailto:mena@icef.com)

#### ICEF POLONIA

Tél. +48 579 641 976  
[poland@icef.com](mailto:poland@icef.com)

#### ICEF RUSIA

Tél. +7 812 385 7512  
[cis@icef.com](mailto:cis@icef.com)

#### ICEF SUDESTE ASIÁTICO

Tél. +60 17 260 2718  
[sea@icef.com](mailto:sea@icef.com)

#### ICEF ESPAÑA

Tél. +34 669 094 234  
[spain@icef.com](mailto:spain@icef.com)

#### ICEF REINO UNIDO

Tél. +44 7846 641 933  
[uk@icef.com](mailto:uk@icef.com)

#### ICEF E.E.U.U.

Tél. +1 888 371 5556  
[usa@icef.com](mailto:usa@icef.com)

#### ICEF VIETNAM

Tél. +84 28 38 22 3003  
[vietnam@icef.com](mailto:vietnam@icef.com)