

PLAN DE NEGOCIO ACADEMIA CON INTELIGENCIA MULTIPLE

Plan de negocios para la creación de una academia de idiomas enfocada en el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner en el municipio de Floridablanca, Santander.

Santiago Rondon Tascon

Trabajo de Grado para Optar el título de Ingeniería Industrial

Director

José Antonio Cárdenas Fontecha

Magister en Gerencia de Negocios MBA

Universidad Industrial de Santander

Facultad De Ingenierías Físicomecánicas

Escuela De Estudios industriales y Empresariales

Bucaramanga

2024

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción.....	14
1. Definición del proyecto.....	18
1.1 Título.....	18
1.2 Modalidad.....	18
1.3 Responsables.....	18
1.4 Nombre de la Idea de Negocios.....	18
2. Justificación de la Idea de Negocio.....	18
2.1 Análisis preliminar de la Idea de Negocio.....	22
3. Objetivos.....	27
3.1 Objetivo General.....	27
3.2 Objetivos específicos.....	27
4. Análisis del sector.....	28
4.1 Análisis del macroentorno.....	28
4.1.1 Factores políticos.....	29
4.1.2 Factores económicos.....	30
4.1.3 Factores sociales.....	36
4.1.4 Factores tecnológicos.....	38
3.1.5 Factores ecológicos.....	40

4.1.6 Factores legales	41
4.2 Análisis del microentorno - Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	44
4.2.1 Amenaza de nuevos aspirantes (medio).....	44
4.2.2 Poder de negociación de los proveedores (Bajo)	45
4.2.3 Amenaza de servicios sustitutivos (alto).....	46
4.2.4 Poder de negociación de los compradores (medio).....	47
4.2.5 Rivalidad entre los competidores existentes(alta).....	48
5. Análisis de mercado	48
5.1 Análisis del mercado en fuentes secundarias	48
5.1.1 Segmentación del mercado objetivo	49
5.1.2 Tendencias del mercado.....	49
5.1.3 Oferta del servicio de la enseñanza del inglés	52
5.2 Diseño de la investigación de mercados	55
5.2.1 Definición de la población	56
5.2.2 Tamaño de la muestra	57
5.2.3 Variable de estudio.....	58
5.2.4 Instrumentos para recolectar la información.....	59
5.3 Resultados de la investigación de mercados	59
5.4 Análisis de la investigación de mercados.....	68
6. Estrategia y plan de introducción de mercado.....	69

6.1 Plan de mercadeo	69
6.1.2 Diseño de estrategia diferenciada.....	71
6.1.3 Fijación de estrategia de posicionamiento y diferenciación	71
6.1.4 Plan de marketing operativo (marketing-mix)	72
6.1.4.1 Estrategia de producto.....	72
6.1.4.2 Estrategia de precios	73
6.1.4.2.1 Condiciones de venta (plazos, descuentos)	73
6.1.4.3 Estrategia de comunicación.....	74
6.1.4.3.1 Posicionamiento de la promoción frente a la competencia	75
6.1.4.4 Estrategia de distribución.....	75
7. Análisis técnico	75
7.1 Localización	75
7.1.1 Macro localización.....	75
7.1.2 Micro localización.....	76
7.2 Distribución.....	76
7.3 Descripción de servicios.....	78
7.3.1 Fichas técnicas	79
7.3.2 Proyección de prestación de servicios.....	84
7.3.3 Plan de producción.....	84
7.4 Especificación de requerimientos técnicos	85

8. Análisis organizacional y legal.....	86
8.1 Organigrama.....	86
8.2 Talento humano requerido	87
8.3 Misión.....	87
8.4 Visión	87
8.5 Análisis DOFA	88
8.6 Tramites en la constitución y puesta en marcha.....	93
8.7 Cumplimiento de la normatividad.....	94
9. Aspectos financieros.....	95
9.1 Período de arranque del proyecto (meses)	95
9.2 Periodo improductivo	95
9.3 Costos por requerimientos técnicos.....	96
9.4 Inversión de capital de trabajo	96
9.5 Cronograma de inversión – fuentes de financiación (propios o terceros).....	97
9.6 Estado de resultados	99
9.7 Estado de situación financiera.....	100
9.8 Flujo de caja	102
9.9 Punto de equilibrio	103
9.10 Indicadores financieros TIR y VAN	104
9.10.1 Valor Actual neto	104

9.10.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	105
10. Direccionamiento Estratégico	107
10.1 Modelo CANVAS	107
10.2 Nombre y logo.....	107
11. Conclusiones.....	108
Referencias Bibliográficas.....	110

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1 Desempeño de la prueba inglés con base en información del ICFES	23
Figura 2 Nuevas empresas constituidas en el 2022 según la Cámara de Comercio de Bucaramanga.....	24
Figura 3 Pronostico del comportamiento del sector empresarial	25
Figura 4 Comportamiento del PIB nacional 2006-2022	31
Figura 5 Comportamiento del PIB 2004-2023	32
Figura 6 Tasa de crecimiento PIB por actividad económica 2021-2022	33
Figura 7 Comportamiento de la Inflación en Colombia.....	34
Figura 8 Datos sobre la inflación en Colombia 2023.....	35
Figura 9 Devaluación en Colombia con TRM	36
Figura 10 Índice de pobreza multidimensional	37
Figura 11 ODS 2030. Agenda de Desarrollo Sostenible.....	41
Figura 12 Análisis PESTEL	42
Figura 13 Fuerza de trabajo según niveles educativos logrados	50
Figura 14 Indicadores departamentales del bilingüismo laboral.....	51
Figura 15 Benchmarking academia del inglés	54
Figura 16 Comparativo de las actividades de la oferta en la enseñanza del inglés.....	54
Figura 17 Comparativo de las actividades de la academia.....	55
Figura 18 Criterios de selección muestra	57
Figura 19 Resultados ítem 1 del instrumento.....	60
Figura 20 Resultados ítem 2 del instrumento.....	60
Figura 21 Resultados ítem 3 del instrumento.....	61

Figura 22 Resultados ítem 4 del instrumento.....	61
Figura 23 Resultados ítem 5 del instrumento.....	62
Figura 24 Resultados ítem 6 del instrumento.....	62
Figura 25 Resultados ítem 7 del instrumento.....	63
Figura 26 Resultados ítem 8 del instrumento.....	63
Figura 27 Resultados ítem 9 del instrumento.....	64
Figura 28 Resultados ítem 10 del instrumento.....	65
Figura 29 Resultados ítem 11 del instrumento.....	65
Figura 30 Resultados ítem 12 del instrumento.....	66
Figura 31 Resultados ítem 13 del instrumento.....	66
Figura 32 Resultados ítem 14 del instrumento.....	67
Figura 33 Resultados ítem 15 del instrumento.....	67
Figura 34 Resultados ítem 16 del instrumento.....	68
Figura 35 Estrategias de precios.....	73
Figura 36 Macro localización del proyecto.....	76
Figura 37 Distribución espacial de las aulas de clase	77
Figura 38 Dominio y habilidades del inglés según el nivel	79
Figura 39 Organigrama academia	86
Figura 40 Modelo canvas academia de idiomas.....	107
Figura 41 Logo.....	107

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1 Cumplimiento de los objetivos.....	17
Tabla 2 Instituciones legales autorizadas para prestar la oferta de servicios educativos en idiomas	52
Tabla 3 Dimensiones de la variable estudio.....	58
Tabla 4 Matriz DAFO	69
Tabla 5 Estrategia del servicio	72
Tabla 6 Costos de la estrategia de comunicación.....	75
Tabla 7 Niveles certificados del idioma inglés.....	78
Tabla 8 Servicios prestados por la academia de inglés	80
Tabla 9 Ficha técnica del nivel básico A1 del inglés	81
Tabla 10 Ficha técnica del nivel básico A2 del inglés	81
Tabla 11 Ficha técnica del nivel básico B1 del inglés.....	82
Tabla 12 Ficha técnica del nivel básico B2 del inglés.....	82
Tabla 13 Ficha técnica del nivel básico C1 del inglés.....	83
Tabla 14 Ficha técnica del nivel básico C2 del inglés.....	83
Tabla 15 Proyección de ventas	84
Tabla 16 Plan de producción primer año.....	85
Tabla 17 Plan de producción en un periodo de 5 años	85
Tabla 18 Aspectos técnicos: requerimientos instalaciones y equipos	85
Tabla 19 Aspectos técnicos: disponibilidad de insumos	86
Tabla 20 Aspectos técnicos: requerimiento de personal	87
Tabla 21 Matriz DOFA	88

Tabla 22	Enfoque de adaptación: Estrategias DO: debilidades vs oportunidades	89
Tabla 23	Enfoque de éxito: Estrategias FO: fortalezas vs oportunidades	89
Tabla 24	Enfoque de reacción: Estrategias FA: fortaleza vs amenazas	90
Tabla 25	Enfoque de supervivencia: Estrategias DA: debilidades vs amenazas.....	91
Tabla 26	Matriz DOFA cruzada	92
Tabla 27	Periodo de arranque del proyecto	95
Tabla 28	Costos totales por requerimientos técnicos	96
Tabla 29	Gastos de personal.....	96
Tabla 30	Gastos de puesta en marcha.....	97
Tabla 31	Gastos anuales de administración.....	97
Tabla 32	Inversión capital de trabajo	97
Tabla 33	Fuente de financiación.....	98
Tabla 34	Estados de resultados.....	99
Tabla 35	Balance general	101
Tabla 36	Flujo de caja	102
Tabla 37	Punto de equilibrio	104

Lista de Apéndices

(ver apéndices en la carpeta adjunta)

Apéndice A. Análisis financiero-Escenario probable

Apéndice B. Análisis financiero-Escenario optimista

Apéndice C. Análisis financiero-Escenario pesimista

Resumen

Título: Plan de negocios para la creación de una academia de idiomas enfocada en el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner en el municipio de Floridablanca, Santander.

Autor: Santiago Rondon Tascon**

Palabras Clave: Inteligencias múltiples, academia, Gardner.

Descripción: En el actual mundo globalizado las exigencias de comunicación se han incrementado a lo largo del mundo, por ello, las mejoras en las habilidades comunicativas son hoy en día una necesidad. En este proceso de comunicación mundial se estableció un idioma universal, el inglés, por ello, el dominio de este idioma es un valor agregado para las personas que desarrollen esta habilidad. Desde esta premisa surge la idea de negocio que se presenta en esta investigación, la cual consiste en la creación de una academia de enseñanza del inglés como segunda lengua utilizando la metodología de las inteligencias múltiples de Gardner. Para ello se llevaron a cabo una serie de análisis que permitieron conocer la viabilidad de su implementación, evaluando el macro y micro entorno, el mercado, el diseño de un plan de mercadeo, el estudio técnico, organizacional, legal y financiero a través de los cuales se pudo conocer que la creación de esta academia es una idea de negocio viables que genera rentabilidad, por ello, su creación a través de este plan de negocio permitirá la obtención de beneficios económicos y sociales.

** Facultad de Ingenierías Fisicomecánicas . Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Director: José Antonio Cárdenas Fontecha. Magister en Gerencia de Negocios MBA.

Abstract

Title: Business plan for the creation of a language academy focused on learning through Gardner's Multiple Intelligences in the municipality of Floridablanca, Santander. *

Author: Santiago Rondon Tascon **

Key Words: multiple intelligences, academia, Gardner.

Description: In today's globalized world, communication demands have increased throughout the world, therefore, improvements in communication skills are a necessity today. In this process of global communication, a universal language was established, English, therefore, mastery of this language is an added value for people who develop this skill. From this premise arises the business idea presented in this research, which consists of the creation of an academy for teaching English as a second language using Gardner's multiple intelligences methodology. For this, a series of analyzes were carried out that allowed us to know the viability of its implementation, evaluating the macro and micro environment, the market, the design of a marketing plan, the technical, organizational, legal and financial study through the which it was learned that the creation of this academy is a viable business idea that generates profitability, therefore, its creation through this business plan will allow obtaining economic and social benefits.

* Degree Work

** Faculty of Physico-Mechanical Engineering. School of Industrial and Business Studies. Director: José Antonio Cárdenas Fontecha. Master in Business Management MBA.

Introducción

En la actualidad la globalización ha generado un gran avance en diversas áreas que han contribuido a la mejora del desarrollo de las actividades del hombre, lo cual, ha sido resultado de las diversas maneras de comunicarse, que han permitido eliminar barreras y dar paso a un mayor alcance para lograr que las personas puedan mantenerse conectadas de manera simultánea sin importar su localización, lo que incrementa las posibilidades de mejora para quienes cuentan con distintas formas de comunicarse (Oroza y Puente, 2017).

Entonces se comprende que las distintas formas y maneras de comunicarse son importantes para el desarrollo de los seres humanos. Un claro ejemplo de la importancia de la comunicación es el aprendizaje de otras lenguas (idiomas) debido a que esto permite la comprensión del dialogo y la lectura de otras naciones, que por supuesto genera valor agregado de quienes manejen idiomas diferentes al natal y que a su vez incrementa las posibilidades laborales de los profesionales que dominan otras lenguas (Belmonte y Belmonte, 2021).

Lo que permite entender que ante esta era globalizada se necesita que exista un factor común en la comunicación, por ello, la adopción de un lenguaje universal representa una alternativa eficaz para la comprensión, los saberes, el conocimiento y la participación colectiva de personas de diferentes naciones que necesitan mantenerse comunicadas (Avendaño, et. al., 2022). Entonces se comprende que el aprendizaje de idiomas representa una alternativa para el desarrollo de las personas pues existen ofertas laborales que requieren el manejo de ciertos idiomas y que cuya remuneración salarial tiene un incremento por el dominio del idioma (Miranda y Fajardo, 2022).

La importancia del conocimiento y manejo de idiomas se incrementa en el inglés, ya que, es una lengua utilizada de forma universal a lo largo del mundo, por ello, quienes manejan este

idioma tienen grandes ventajas y posibilidades mayores de desempeñarse laboralmente debido a las actuales demandas del mundo globalizado (Torres, et. al., 2021). Entonces puede decirse que el aprendizaje de inglés permite un mejor desarrollo de las competencias, habilidades y desempeño laboral de quien lo domine pues es el idioma de los negocios, de los avances científico- técnicos y su literatura, así como de muchos de los medios masivos de comunicación (Soncco, 2022).

El hecho descrito en el párrafo anterior es lo que justifica la necesidad de que las personas tengan dominio de esta lengua, frente a ello, el Ministerio de Educación Nacional (MEN, 2023) indica que el manejo de dos lenguas da apertura a una cantidad de posibilidades laborales que, ya que, permite a los profesionales crecer de manera exponencial sin importar el campo en el que se desarrolle: en el campo de la ingeniería, los mayores avances y aquellos que son reconocidos mundialmente deben hablar un idioma en común como lo es en inglés; en la música, para que pueda ser disfrutada en todas partes del mundo, se necesita ser entendible por todos mediante un lenguaje conocido; los mayores avances de la medicina y la necesidad de estar a la vanguardia con estos mismos, requieren fluidez en este lenguaje para su entendimiento (Pérez, et. al., 2022).

No obstante, y conociendo la necesidad de este mismo, en Colombia no se logra ver un avance significativo en este ámbito. Education First reveló los resultados del EF EPI 2022, en donde estimó que Colombia sigue sin mejorar el dominio del inglés. Según datos del estudio, el país ocupó la posición número 77 entre la evaluación con 111 países (Rodríguez, 2022). Lo cual es una cifra alarmante si se reconoce la necesidad de este aprendizaje para satisfacer las demandas actuales del dominio del lenguaje universal en la era de la globalización.

De allí parte la intencionalidad de esta investigación, debido a que se evidencia que en el país existe la necesidad del dominio del inglés como lengua universal y su solución radica en la educación y el aprendizaje de dicho idioma, las inteligencias múltiples de Gardner representan una

alternativa a considerar para dar paso al aprendizaje de este idioma en estudiantes en edad escolar desde el primer grado hasta el grado once, entonces se tomara como metodología para la enseñanza del idioma en la academia que se presenta en este plan de negocios, para ello se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la viabilidad y factibilidad de desarrollar un plan de negocios para la creación de una academia de idiomas enfocada en el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner en el municipio de Floridablanca, Santander?

En el presente trabajo se propone una solución para esta problemática, por medio del desarrollo de un plan de negocios para la creación de una academia de idiomas basada en el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner, para de esta manera ofrecer una alternativa e incentivar de manera diferente a los niños y jóvenes al desarrollo de esta competencia.

Tabla 1*Cumplimiento de los objetivos*

Objetivos específicos	Cumplimiento
Realizar un análisis del macroentorno y microentorno de la formación académica de los niños y adolescentes en una segunda lengua en Colombia.	Capítulo 2
Desarrollar un estudio de mercados para la validación del mercado objetivo mediante el uso de fuentes primarias y secundarias en la ciudad de Floridablanca.	Capítulo 3
Elaborar un plan de mercadeo que permita trazar la estrategia para los primeros meses de creación de la academia de idiomas, enfocado en los colegios monolingües de Floridablanca.	Capítulo 4
Elaborar un análisis técnico que permita observar los requerimientos para el montaje y operación de la academia de idiomas, elaborando simulador del servicio a prestar.	Capítulo 5
Proponer un análisis organizativo que permita apreciar las diferentes funciones y roles de la fuerza laboral de la academia de idiomas.	Capítulo 6
Ejecutar un estudio legal que contenga los requerimientos para el montaje de una academia de idiomas en la ciudad de Floridablanca y así mismo su constitución como empresa.	Capítulo 6
Realizar un estudio financiero por escenarios que permita analizar la rentabilidad de la academia de idiomas en el municipio de Floridablanca.	Capítulo 7
Desarrollar un análisis estratégico que permita apreciar la propuesta de valor y a su vez las oportunidades de éxito de una academia de idiomas en la ciudad de Floridablanca.	Capítulo 8

1. Definición del proyecto

1.1 Título

Plan de negocios para la creación de una academia de idiomas enfocada en el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner en el municipio de Floridablanca, Santander.

1.2 Modalidad.

Práctica en Creación de Empresa.

1.3 Responsables

Nombre autor: Santiago Rondon Tascon

E-mail autor: santiagort0606@gmail.com

Teléfono del autor: 318200544

Firma autor: _____

Nombre Director: José Antonio Cárdenas Fontecha

E-mail y/o teléfono director: Tono.cardenas@yahoo.com

Firma Director: _____

1.4 Nombre de la Idea de Negocios

English Academy, ingles inteligentemente múltiple.

2. Justificación de la Idea de Negocio

La actual era globalizada, donde se han derribado una serie de barreras que impedían el acercamiento entre personas demanda mejoras en el dominio del lenguaje universal (ingles), por ello, el aprendizaje de este idioma es una necesidad que debe ser cubierta para lograr los beneficios

que se obtienen por el manejo del idioma (Palacios, et. al., 2019). En este sentido, el dominio del inglés hoy día es una habilidad que fortalece la competencia y la competitividad de quienes tienen el conocimiento de dicha lengua, ya que, permite la integración entre naciones.

Pensar en un mundo donde todos tengan la capacidad de integrarse es reflexionar acerca de la imperiosa necesidad de compartir un mismo lenguaje para poder expresarse y ser entendidos, sin rechazar ni excluir la riqueza lingüística de cada país. En una región como América Latina, la cual, alberga un sinnúmero de lenguas ancestrales, tradicionales y occidentales, resulta fundamental que se pueda estandarizar el uso de un solo idioma que de apertura a una mejor comunicación.

De allí, es evidente que en Colombia se requiere desarrollar la capacidad de sus ciudadanos para manejar esta lengua extranjera. En este contexto, existen en el país un sin número de estrategias públicas y privadas que persiguen lograr que un mayor número de colombianos hagan del inglés su segunda lengua, entre ellos se encuentra el Programa Nacional de Bilingüismo del MEN, que incluye los nuevos Estándares de competencia comunicativa en inglés, que tiene por objetivo fortalecer la enseñanza y aprendizaje de lenguas extranjeras en estudiantes en educación preescolar, básica y media (MEN, 2022).

Ser bilingüe es esencial en un mundo globalizado. El manejo de una segunda lengua significa poderse comunicar mejor, abrir fronteras, comprender otros contextos, apropiarse de saberes y hacerlos circular, entender y hacernos entender, enriquecerse y jugar un papel decisivo en el desarrollo del país. Ser bilingüe es tener más conocimientos y oportunidades para ser más competentes y competitivos, y mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos (Alzate y Galrza, 2022).

Entonces se comprende que contar con instituciones que permitan el dominio del inglés, no solo representa una oportunidad de negocio para quien imparta el conocimiento de esta lengua, sino que da apertura a la competitividad y la competencia de quienes logren comunicarse en el lenguaje universal, dando así paso a mejoras en el desarrollo de la nación. En este contexto se encuentra la idea de negocio que se propone en este estudio, pues el propósito es crear una academia de idiomas enfocada en el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner en el municipio de Floridablanca, Santander.

El objetivo de una academia de idiomas es proporcionar a los estudiantes las habilidades necesarias para comunicarse de manera efectiva en un idioma diferente al nativo. Este proyecto estará enfocado netamente en la enseñanza del idioma inglés. Esta idea de negocio se encuentra respaldada en la Ley 115 de 1994 en sus objetivos para la educación Básica y Media, demanda "la adquisición de elementos de conversación, lectura, comprensión y capacidad de expresarse al menos en una lengua extranjera". Entonces una academia de idiomas que capacite a los colombianos en el manejo del inglés como lengua extranjera apoya al proceso de la enseñanza de las lenguas extranjeras que se encuentra respaldada por el MEN como proveedores de materiales educativos.

Para ello, se propone el uso de la metodología de las inteligencias múltiples de Gardner debido a que esta teoría expone que existen diferentes tipos de inteligencia, más profundas, específicas y propias de cada individuo, más allá de la inteligencia tradicional medida usualmente por la educación. Entonces en la academia que se propone en este plan de negocios se llevara a cabo el uso de herramientas de enseñanza que se encuentren diseñadas para los 8 tipos de inteligencia propuestas en dicha teoría, lo que facilitara la comprensión y el dominio del inglés de cada uno de los estudiantes, puesto que se realizara un diagnóstico inicial para identificar cual es

la inteligencia más predominante que permita la selección del modelo más adecuado para garantizar el aprendizaje significativo del idioma.

En este contexto es importante describir que en Colombia, se requiere de mejoras en cuanto al dominio y manejo del inglés de sus habitantes, ya que, el MEN (2023) indico que existe un porcentaje significativo de la población colombiana que se encuentra por debajo del nivel A1 (básico) del dominio del inglés, lo cual, dio paso a que se incluyera “en la prueba Inglés un nivel inferior a A1, denominado Pre A1 que corresponde a aquellos desempeños mínimos que involucran el manejo de vocabulario y estructuras básicas” (MEN, 2023, p.69).

Lo descrito en el párrafo anterior demuestra que a pesar de que el Estado colombiano ha sumado esfuerzos para dar la oportunidad de recibir educación del inglés como lengua extranjera, aún existen deficiencias en el dominio del idioma, lo cual, genera la necesidad de contar con instituciones educativas que se dediquen a la enseñanza del inglés. Por ello en este plan de negocios se propone como idea establecer una academia para el manejo del inglés que aplique diferentes metodologías como valor agregado para captar clientes y a su vez como estrategia para la optimización del aprendizaje de un segundo idioma.

Lo anterior justificado en el hecho de que cada individuo posee diferentes necesidades educativas que lo llevan a recibir el conocimiento de diferentes formas, de allí, entonces el hecho de que la variación de estas metodologías ayuda al enfoque de esas particularidades individuales. Las aplicaciones de estas pueden llevar a una experiencia de aprendizaje mucho más efectiva, que probablemente los niños y jóvenes no han recibido en el pasado debido a la estandarización de la enseñanza relacionada con los idiomas. Pero la personalización, la cual se encuentra también en el mercado, puede llegar a ser muy costosa ya sea para quien la demanda o para quien la ofrece en

términos de rentabilidad. Surge así una necesidad de enfocarse en las habilidades, aptitudes y gustos de los estudiantes, pero sin necesidad de una extrema personalización de su estudio.

En este sentido el uso de la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner pueden ser una herramienta pedagógica útil para la enseñanza de esta habilidad, debido a que puede adaptarse a las diferentes personalidades de los niños y jóvenes y de esta manera despertar su interés en la educación, recibiendo el conocimiento de una forma adecuada que cubra sus necesidades y expectativas sobre el aprendizaje del inglés.

Es así como busca fortalecer y fomentar el desarrollo inclusivo en niñas y niños para su óptimo desarrollo humano e intelectual en el espacio que acoge las actividades diarias de los establecimientos educativos, acompañando los objetivos de dichas instituciones (Rosales, 2021). Por eso, la creación de una academia de idiomas basada en las inteligencias múltiples de Gardner invita a un espacio llamativo de aprendizaje, enfocado en los gustos y personalidades de sus estudiantes.

2.1 Análisis preliminar de la Idea de Negocio

La economía de un país está constituida por diversos sectores que aportan diferentes productos o servicios para el fortalecimiento de la misma, a través de su comercialización en los diferentes mercados nacionales e internacionales, estos sectores están clasificados por sector primario, secundario y terciario, con base a las actividades realizadas en cada uno de ellos. En este estudio se presenta el plan de negocios para el establecimiento de una academia de enseñanza del inglés, lo cual, lo hace parte del sector terciario del territorio nacional.

Para Caballero (2016) “el sector terciario o sector servicios está constituido por todas las actividades económicas cuyo propósito es la producción de los servicios que demanda la población. Por esa razón también se conoce como sector servicios” (párr. 1). Es importante conocer

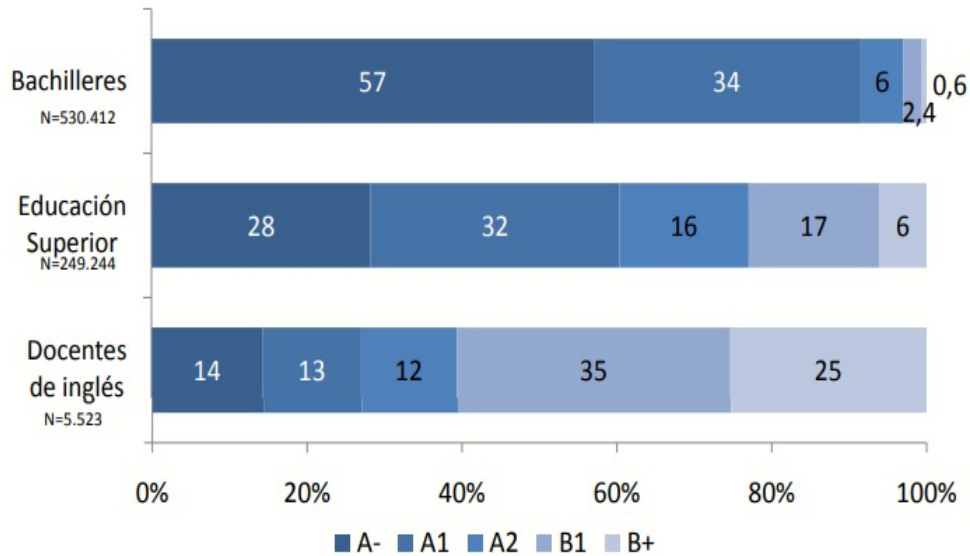
como es el comportamiento de dicho sector en el territorio colombiano, por ello, se hace uso de lo expuesto por Mojica y Parra (2023), quienes indican que este sector tiene el mayor peso el Producto Interno Bruto (PIB) nacional, que ha generado el ingreso de recursos económicos necesarios

Evidencia de ello, son los datos suministrados por el Ministerio de Comercio (2022) donde se indica que él durante el año 2021 el sector terciario representó el 68% del PIB, lo que evidencia la importancia de este sector para la economía nacional. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 4,5% (contribuye 0,7 puntos porcentuales a la variación anual).

La información presente en el párrafo anterior es evidencia de que el sector es de gran importancia para la nación, por ello, todo el aporte que este pueda ofrecer para el desarrollo del país es medular para el crecimiento económico nacional. En lo que respecta a la enseñanza del inglés, es necesario resaltar que Colombia es un país con un bajo nivel de inglés, lo cual puede constatarse al cuantificar la proporción de estudiantes y docentes en niveles relacionados con un bajo dominio del idioma, y en los puntajes obtenidos por los colombianos en las evaluaciones que se encargan de determinar el nivel en cuanto al dominio del inglés, la figura 1 contiene información sobre ello:

Figura 1

Desempeño de la prueba inglés con base en información del ICFES



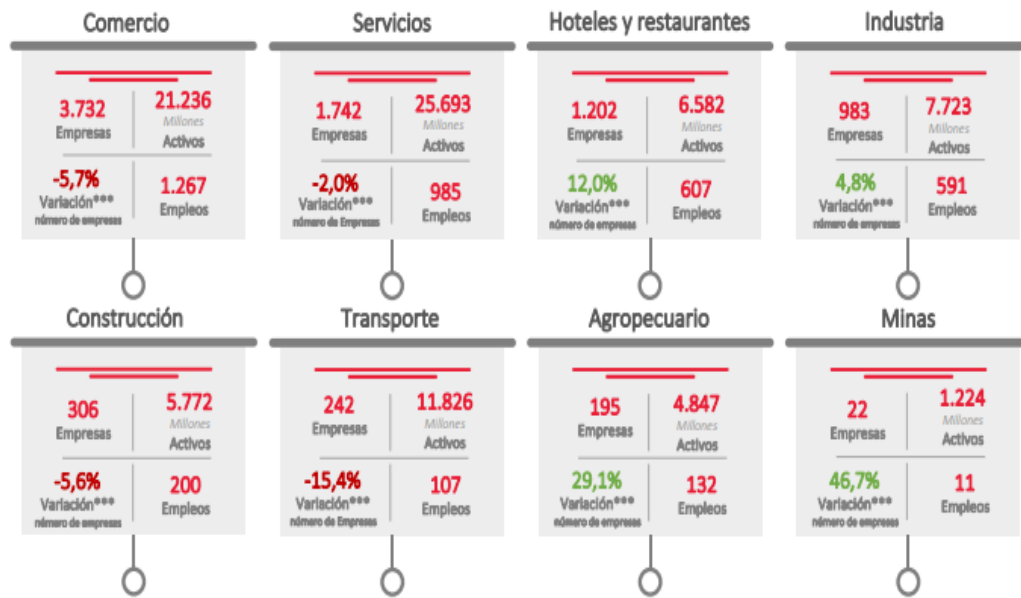
Nota: Adaptado del Banco de la Republica (2013).

En la figura 1, se confirma un nivel muy bajo en el desempeño de las pruebas en la categoría de Inglés, reflejando que los estudiantes durante su proceso de formación en educación media tienen la urgente necesidad de desarrollar esta competencia. Entonces la creación de academias de enseñanza del inglés representa una alternativa del sector terciario de la economía nacional para dar solución ante la problemática que se presenta en el dominio de esta lengua.

Una vez descrito lo correspondiente al comportamiento del sector y la realidad en cuanto a los niveles de inglés en el país, es necesario realizar un análisis sobre la situación del sector en Bucaramanga, debido a que es el Municipio objeto de estudio, para ello se recolectó información de la cámara de comercio acerca de las empresas constituidas durante el 2022, la figura 2 contiene la información correspondiente:

Figura 2

Nuevas empresas constituidas en el 2022 según la Cámara de Comercio de Bucaramanga

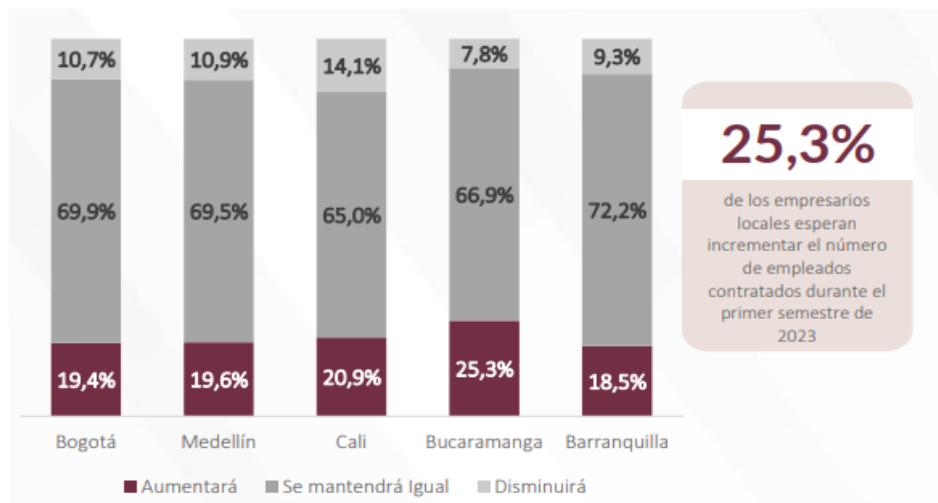


Nota: El valor de los activos se expresa en millones de pesos. (Nuevas empresas constituidas en Santander 2022, 2022)

Al realizar el análisis del área de servicios, en la cual, se encuentran las instituciones que prestan los servicios de educación, se observa la creación de 1.742 empresas nuevas, no obstante, es un decrecimiento respecto al año anterior. Sin embargo, el sector empresarial espera un mejoramiento de esta situación económica para el 2023, lo cual, se puede observar en la figura 3 a continuación:

Figura 3

Pronostico del comportamiento del sector empresarial



Nota: Encuesta ritmo empresarial Santander (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2023).

La información contenida en la figura 3 muestra que el sector de servicios en Bucaramanga tiene un pronóstico creciente del 7,8%, lo cual, es favorable para la economía y desarrollo de la nación. En lo que respecta al comportamiento de las instituciones que prestan servicios de la enseñanza del inglés se cuenta con la información de la Secretaria de Educacion de Bucaramanga (2022), donde se describe que existe un total de 17 instituciones académicas que están acreditadas para prestar servicios educativos de este tipo.

La secretaria de educación de Bucaramanga dio a conocer las organizaciones legales autorizadas para prestar la oferta de servicios educativos en idiomas, el cual se encuentran 17 instituciones.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una academia de idiomas enfocada en el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner en el municipio de Floridablanca, Santander.

3.2 Objetivos específicos

Realizar un análisis del macroentorno y microentorno de la formación académica de los niños y adolescentes en una segunda lengua en Colombia.

Desarrollar un estudio de mercados para la validación del mercado objetivo mediante el uso de fuentes primarias y secundarias en la ciudad de Floridablanca.

Elaborar un plan de mercadeo que permita trazar la estrategia para los primeros meses de creación de la academia de idiomas, enfocado en los colegios monolingües de Floridablanca.

Elaborar un análisis técnico que permita observar los requerimientos para el montaje y operación de la academia de idiomas, elaborando simulador del servicio a prestar.

Proponer un análisis organizativo que permita apreciar las diferentes funciones y roles de la fuerza laboral de la academia de idiomas.

Ejecutar un estudio legal que contenga los requerimientos para el montaje de una academia de idiomas en la ciudad de Floridablanca y así mismo su constitución como empresa.

Realizar un estudio financiero por escenarios que permita analizar la rentabilidad de la academia de idiomas en el municipio de Floridablanca.

Desarrollar un análisis estratégico que permita apreciar la propuesta de valor y a su vez las oportunidades de éxito de una academia de idiomas en la ciudad de Floridablanca.

4. Análisis del sector

4.1 Análisis del macroentorno

En esta etapa del proceso investigativo se procede a realizar un análisis del macroentorno, para ello, se hizo uso del análisis PESTEL, que consiste en evaluar los diversos factores externos que pueden favorecer o afectar la ejecución de un determinado proyecto u organización. El entorno comprende una serie de factores externos a las organizaciones sobre los cuales no se puede tener control, sin embargo, si se pueden evaluar esas fuerzas externas y ajenas de manera que prevea su incidencia y tome las decisiones necesarias de gestión que minimicen o detengan el impacto, así como mover los factores que puedan controlar para las adecuaciones necesarias. Así el análisis PEST (o PESTEL) se constituyen actualmente en modelos que permiten tal intención.

Parada (2013) describe que este es “el estudio de los factores externos de tipo políticos, socio-cultural económicos, ecológicos, tecnológicos y legales”. Por ello, el análisis de estos factores permite tener mejor comprensión del comportamiento del entorno, de allí adaptar herramientas o alternativas que permitan mitigar su impacto, por ello, la información recopilada en este análisis debe ser involucrada dentro de este plan de negocios para conocer las posibles afectaciones que se pueda generar y diseñar estrategias de mitigación.

Respecto a ello, Corredor (2001) indica que “un enfoque estratégico de gestión usa los modelos analíticos para construir un escenario de relación lineal como continuo, centrado en el presente, relacionado con un futuro deseado”. El análisis PESTEL es uno de estos modelos para la construcción del escenario. Identificar tales factores no conlleva, por supuesto, al control de ellos, pero sí permite analizar las implicaciones de los mismos, así como tomar decisiones en su conducción, cambio de direcciones ya determinadas o estrategias nuevas para enfrentar o adecuarse a ese entorno.

4.1.1 Factores políticos.

Colombia es un país bajo un régimen democrático donde el estado de derecho existe, por lo que su Constitución Política de Colombia (C.P.C, 1991) declara un marco político democrático y participativo. Así, en este país las empresas pueden acogerse a esa facilitación de vida económica que el Estado insta y toma decisiones. Éstas son ejercidas en un contexto de libertad y autonomía organizacional, por cuanto también se determinó que “la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común” (C.P C., 1991, art. 333); además de que se le considera la base del desarrollo del país (artículo 133), por lo cual el desarrollo de la empresa es el desarrollo colombiano.

En este sentido, desde la constitución política de Colombia se respaldan las actividades empresariales que favorezcan a la generación de empleo, desarrollo económico del país y mejoras para toda la ciudadanía colombiana. Además de ello, en el país se cuenta con la Política pública de recursos educativos que “atiende la necesidad del país de coordinar, armonizar y cohesionar la política educativa en torno a las condiciones de acceso y disponibilidad, y a la pertinencia y calidad de los recursos utilizados para fortalecer la enseñanza y enriquecer los aprendizajes” (MEN, 2021, p.7). Lo que demuestra que desde el Estado colombiano se han diseñado estrategias políticas que persiguen el alcance de la calidad en los procesos educativos de los colombianos, lo que favorece al desarrollo de competencias en una segunda lengua, tal como lo ejecutara la academia.

Además de ello, en el país se cuentan con una serie de iniciativas que tiene un origen reciente a través de la enseñanza del inglés, cuyo auge ha venido acrecentándose a partir del interés de los gobiernos nacional, regional y distrital, evidenciado en los actuales programas y políticas de promoción del bilingüismo en el país. Por último y no menos importante, el país cuenta con la política nacional de emprendimiento que fue diseñada con el propósito de generar condiciones

habilitantes en los emprendedores para la creación, sostenibilidad y crecimiento de emprendimientos, que contribuyan a la generación de ingresos, riqueza y aumentos en la productividad del país. Evidenciándose que cualquier actividad en modalidad de emprendimiento se encuentra amparada y reglamentada dentro de esta política pública que busca favorecer el desarrollo sostenible de los colombianos.

En este sentido se puede observar que en el marco político colombiano existen una serie de planes y políticas que persiguen potenciar el emprendimiento, los procesos de formación y el bilingüismo, por ello, el entorno político es favorable debido a que este factor externo está alineado al crecimiento y desarrollo económico de la nación a través de estrategias de sostenibilidad que generen beneficios ambientales, económicos y sociales, de allí entonces se comprende las ventajas que tiene el establecimiento de la academia como negocio para formar a los colombianos en una segunda lengua y permitir que ellos puedan tener mejores posibilidades a futuro gracias al dominio del inglés como lenguaje universal.

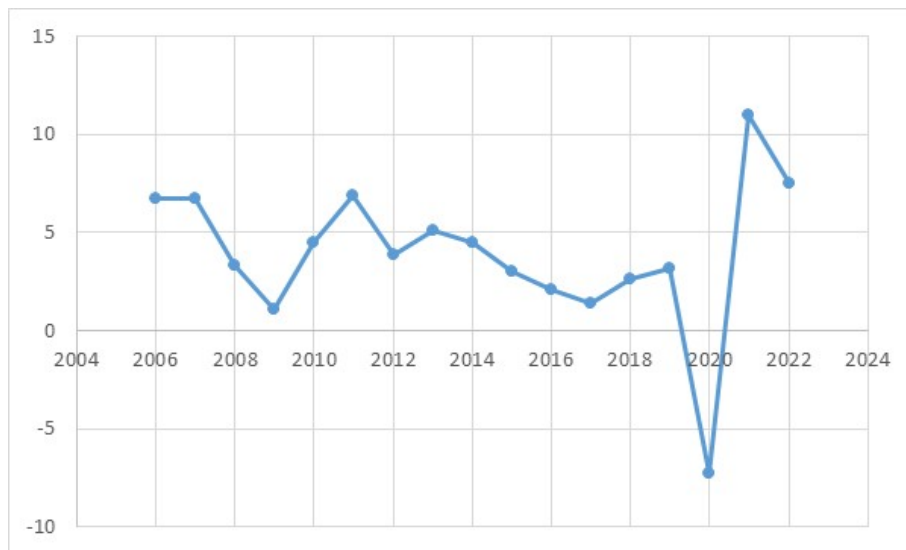
4.1.2 Factores económicos

Las economías de las naciones definen el nivel de desarrollo del mismo, ya que, a través de esta se puede conocer el poder adquisitivo de sus habitantes y al mismo tiempo su calidad de vida, pues estos dependen de sus ingresos y capacidad de compra. En este trabajo investigativo es necesario conocer cómo se encuentra la economía nacional y como esto puede favorecer o afectar la creación y puesta en marcha de la academia para la enseñanza del inglés que se propone en esta investigación, para ello se presenta el análisis de los indicadores macroeconómicos que inciden de forma directa en la economía nacional.

Para iniciar el análisis del entorno económico se tomaron datos del comportamiento histórico del PIB durante el periodo 2006-2022. La siguiente figura contiene la síntesis de los datos recopilados:

Figura 4

Comportamiento del PIB nacional 2006-2022



Nota: Adaptado de Banrep (2023)

La situación que se muestra en la gráfica permite evidenciar las sendas decrecientes y movimientos alcistas en lo que respecta al comportamiento del PIB. Esta situación empeoró en el año 2020 cuando el PIB del país decreció en un -7,3% el valor más bajo durante el periodo analizado, lo cual fue resultado de la pandemia COVID-19 que llevó al cierre de diversos sectores productivos del país.

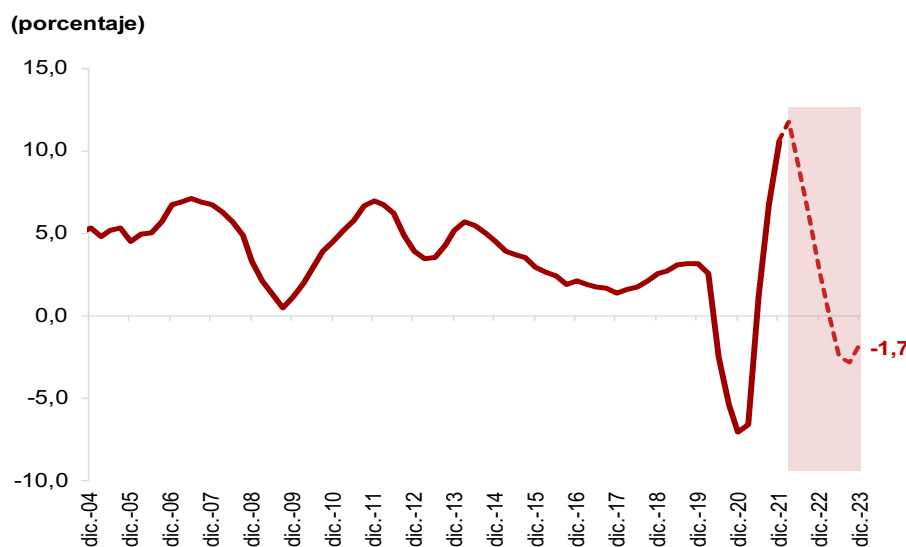
Sin embargo, esto fue contrarrestado para el año 2021 donde el PIB tuvo un crecimiento del 11%, lo cual, se debe al apoyo del gobierno nacional para la reactivación económica del territorio nacional y para el 2022 se tuvo un decrecimiento en el valor hasta el 7,5%, en este punto

es importante mencionar que a pesar de que se evidencia un decrecimiento durante el año 2021-2022 es evidente la reactivación de la economía en Colombia (Banrep, 2022).

Estos datos se soportan con la publicación del DANE (2022) cuyo informe agrega proyección del comportamiento del PIB para el año 2023. En la figura 5 se muestra el comportamiento del PIB entre los años 2004 con una proyección al año 2023

Figura 5

Comportamiento del PIB 2004-2023



Nota: DANE (2022)

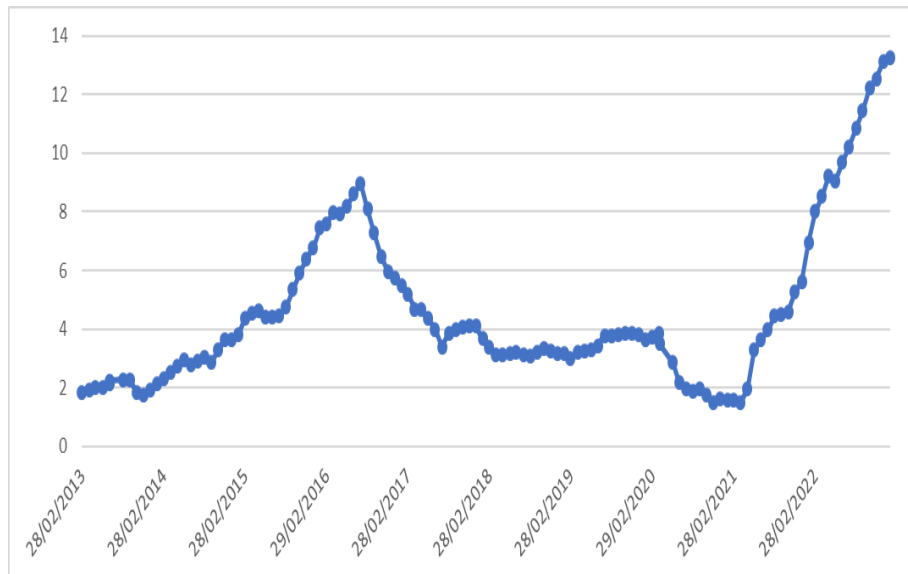
De acuerdo con la figura anterior durante el período 2004 a 2019 el PIB, se encuentra con valor de crecimiento y retroceso, con un punto de inflexión en el año 2008, sin embargo, para el año 2019 se observa un incremento de la productividad del país. Frente a ello, El DANE (2022) reveló que “el PIB nacional preliminar para 2021, fue de \$1.177 billones a precios corrientes, lo que indica un crecimiento anual de 10,7% en términos reales” (p. 39). Además de ello el DANE (2023) publico cifras que muestran el crecimiento del PIB por actividades económicas durante el año 2022, la figura 6 lo ilustra.

Figura 6*Tasa de crecimiento PIB por actividad económica 2021-2022*

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Año total	Anual	Trimestral
	2022 ^{Pr} / 2021 ^P	2022 ^{Pr} -IV / 2021 ^P -IV	2022 ^{Pr} -IV / 2022 ^{Pr} -III
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	-1,9	-4,2	-1,3
Explotación de minas y canteras	0,6	-1,7	-1,4
Industrias manufactureras	9,8	2,7	-1,9
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado ²	4,1	1,5	0,2
Construcción	6,4	-1,9	-2,5
Comercio al por mayor y al por menor ³	10,7	1,0	-1,5
Información y comunicaciones	14,2	5,7	-0,7
Actividades financieras y de seguros	6,5	8,4	1,6
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas ⁴	8,3	3,9	-0,7
Administración pública, defensa, educación y salud ⁵	4,9	1,4	0,3
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios ⁶	37,9	40,5	7,5
Valor agregado bruto	7,2	2,5	0,5
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	10,1	6,5	-0,3
Producto Interno Bruto	7,5	2,9	0,7

Nota: DANE (2023)

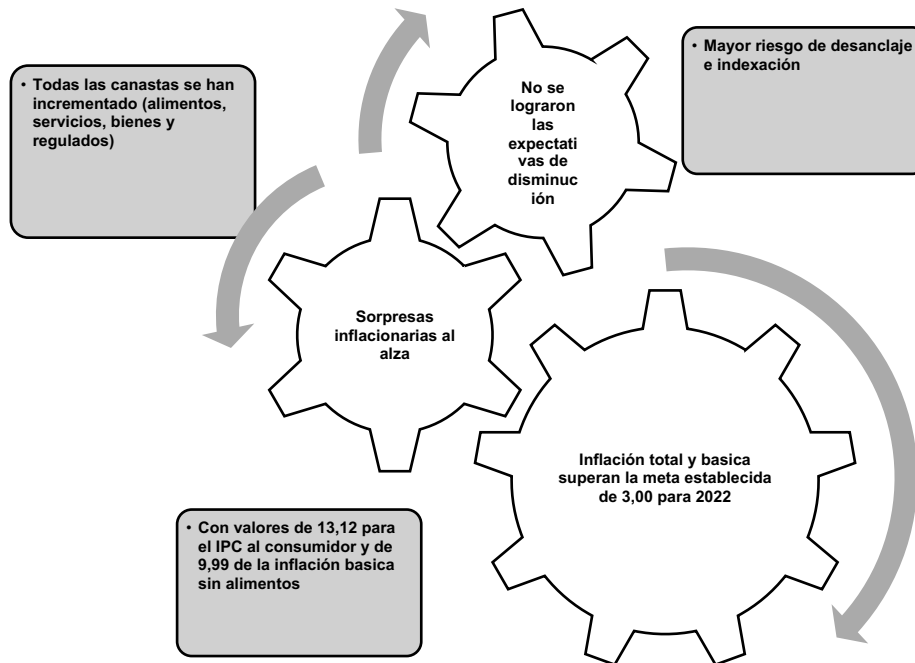
Una vez descrito lo correspondiente al PIB se presentan los datos sobre la inflación en Colombia, para este análisis se tomó información sobre el periodo de los últimos 10 años, la figura 7 lo ilustra:

Figura 7*Comportamiento de la Inflación en Colombia*

Nota: Adaptado de DANE (2023), Banrep (2023)

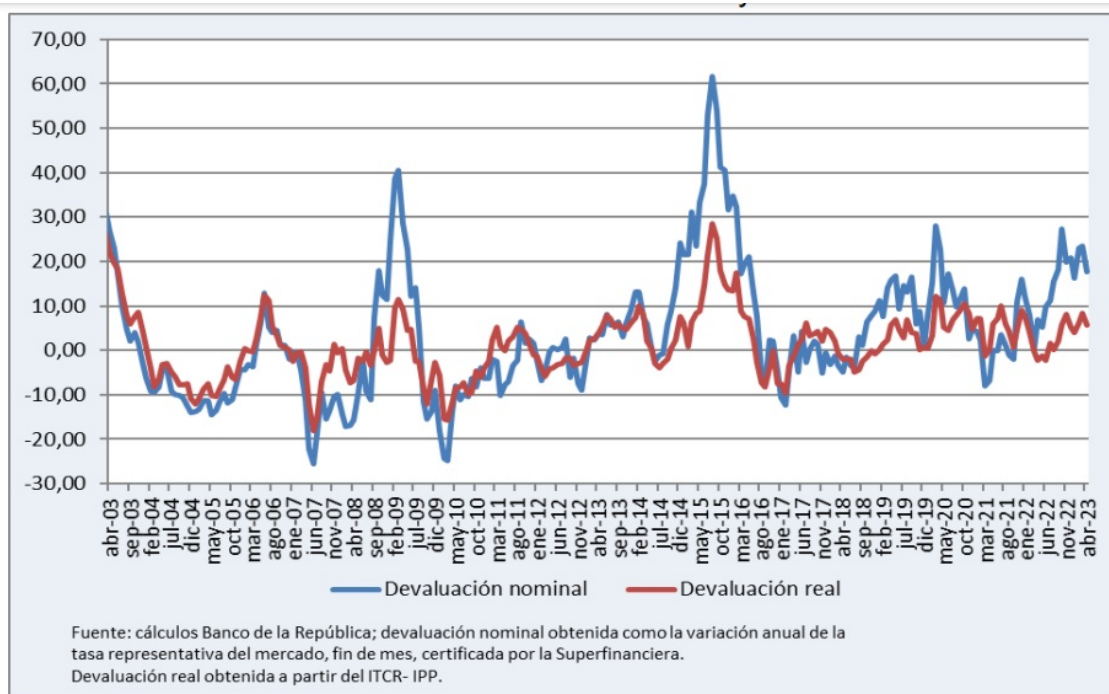
La tendencia de la inflación ha ido en crecimiento acelerado en el periodo seleccionado el cual consta de dos ciclos económicos 2013-2017; 2018-2022. Se puede observar el repunte en el año 2016 con una representación porcentual del 8% de inflación y en la actualidad del 14% ha duplicado la variación.

Un aspecto importante dentro del análisis de la inflación es lo referente al alza de precios de los productos de la canasta básica, para sintetizar la información de índole nacional con respecto a esta variable económica se hizo uso de lo expuesto por Banrep (2023) y se diseñó la siguiente figura con los datos más relevantes de la inflación:

Figura 8*Datos sobre la inflación en Colombia 2023*

Nota: Adaptado de de Banrep (2023).

La información que se encuentra descrita en la figura anterior demuestra que el país se encuentra atravesando por una situación de crecimiento inflacionario, en este sentido la idea de negocio que se propone en esta investigación es favorable porque se busca contrarrestar las afectaciones económicas de la inflación con la generación de recursos a partir de negocios sostenibles. Por último, en este análisis del entorno económico es necesario contemplar lo que respecta a la tasa representativa del mercado, la tasa de cambio del dólar paso de \$3.432 en diciembre del 2020 a \$4.486 en septiembre del 2022, esto se puede validar con la información publicada por el Banco de la Republica (2023):

Figura 9*Devaluación en Colombia con TRM*

Nota: Banrep (2023).

La información que se muestra en la figura anterior es evidencia de que el país ha pasado por un proceso de devaluación que de manera directa influye en la economía nacional, esta información es valiosa para la investigación puesto que es un factor de relevancia para la comercialización de diversos bienes y servicios. Con la información obtenida se percibe como el sector económico de la nación ha pasado por diversos escenarios con la facilidad de afectar la estabilidad de los negocios en el país.

4.1.3 Factores sociales

Corresponde a los aspectos sociales y culturales, en este caso, se refiere como un tema sociocultural la necesidad de que un mayor número de habitantes del país puedan manejar el dominio del inglés. Es innegable que las necesidades actuales del mundo globalizado demandan mayores habilidades y capacidades para hablar la lengua universal. Reconociendo el idioma inglés

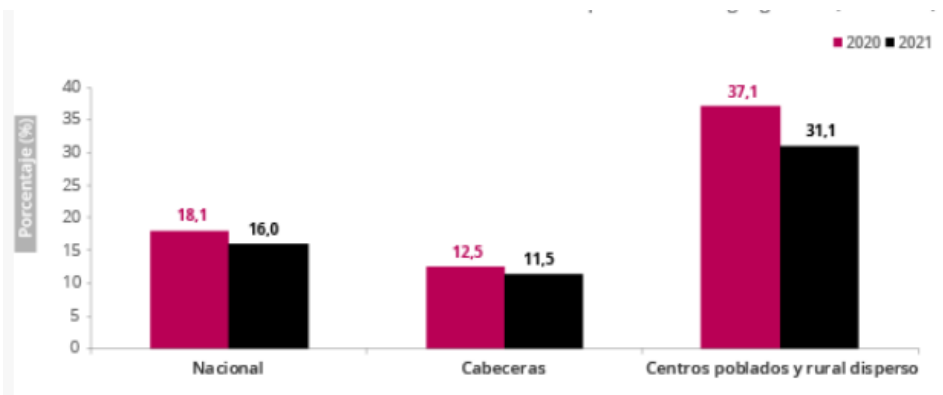
como el lenguaje universal para los negocios y comunicación en general, Colombia a pesar de no estar en los países con mayor capacidad de esta habilidad, ha ido demostrando interés por mejorar en esta cualidad, esto debido al simple hecho de que las exigencias de esta era globalizada requieren de personas con capacidades para el dominio del inglés, lo cual hace que aumente el enfoque en: mejores oportunidades laborales, debido a que muchas empresas y organizaciones tienen vínculos en el extranjero y requieren empleados con esta habilidad para la realización de diferentes negociaciones o inclusive las más sencillas comunicaciones, amplía las oportunidades de empleo y oportunidades de crecimiento; debido a que Colombia es un destino turístico en constante crecimiento y que se reconoce el inglés como el idioma más usado por los turistas internacionales, la industria turística y hotelera puede ofrecer muchos mejores servicios si sus colaboradores pueden comunicarse de manera asertiva; últimamente se ha considerado al inglés como un requisito para poder acceder a una educación superior de calidad, esto debido a que muchas universidades y programas de posgrados requieren un nivel mínimo de competencia para poder completar dicha agenda.

Los colombianos aprenderían inglés si tuvieran la oportunidad de hacerlo. Asocian el inglés con una mejor calidad de vida como resultado de una mejor empleabilidad y por lo tanto, un mayor acceso a empleos que requieren más habilidades y son mejor pagos (Panorama del aprendizaje inglés como lengua extranjera, 2016). Ofrecer las herramientas adecuadas para suplir esta necesidad genera una oportunidad de negocio.

En este análisis social no se puede dejar a un lado la pobreza, para esto se hizo uso de los datos expuestos por el DANE (2022) sobre la pobreza en el país, la figura 10 lo ilustra:

Figura 10

Índice de pobreza multidimensional



Nota: DANE (2022)

Esta información demuestra que el país se encuentra frente a una situación de pobreza que incide en su calidad de vida, entonces se evidencia que es necesario que se busquen y adapten alternativas que mitiguen la pobreza a través de la generación de empleo para mejorar las condiciones económicas de las familias colombianas que puedan incrementar las posibilidades de acceso a la clase más vulnerable, favoreciendo así a mejores condiciones de vida. En este sentido, se observa que la sociedad colombiana requiere de alternativas favorezcan a la mejora de la pobreza, siendo el manejo de la lengua universal una gran alternativa para que los habitantes del puedan tener mejores condiciones de vida.

4.1.4 Factores tecnológicos

El cuarto análisis se enfoca hacia lo tecnológico, hacia la investigación y desarrollo. Los procesos y sus innovaciones son una muestra de ello; se han convertido en una solución que con cada nuevo proyecto produce desarrollo del ramo, debido a sus beneficios estructurales (alto desempeño) y económicos (eficientes) (Saavedra, 2014). Por ello, los profesionales y este sector deben contar con los materiales, las maquinarias y técnicas evolucionadas que les permitan generar ventajas frente a otros proyectos similares y así lograr la sustentabilidad y el desarrollo (TyN Magazine, 2021).

Los avances en tecnología son hoy en día un sinónimo de desarrollo, debió a la era tecnológica que llegó para quedarse y cuyo crecimiento se mantiene en auge, es por ello, que, en el PND, el gobierno colombiano tiene como pacto el Pacto por la Ciencia, la Tecnología y la Innovación. En primer lugar, porque una meta es la búsqueda de y la otra apuntalar la investigación como producción del conocimiento en asuntos medulares del país (Departamento Nacional de Planeación, 2023).

En este sentido, en la academia se hará uso de las TIC como herramientas de trabajo para la enseñanza del inglés, ya que, estas ayudan al aprendizaje colaborativo el cual, según Gerlach (1994), promueve la enseñanza y el aprendizaje a través de la participación de grupos de estudiantes, quienes resuelven juntos problemas o crean proyectos. Las TIC crean un gran ambiente social donde los estudiantes comparten diversas perspectivas y aprenden unos de los otros. A través de la tecnología, los estudiantes aumentan su conocimiento del idioma inglés y desarrollan una visión cultural global además “enfatisa el uso de materiales auténticos para promover la comunicación” (Breen y Candlin, 2001).

Siempre se ha reconocido la importancia del manejo de las tecnologías en cualquier campo del aprendizaje. Múltiples herramientas han surgido para la enseñanza de un segundo idioma como lo son los cursos virtuales (ya sean clases en vivo o autodidactas) y el poder llevar la información a cualquier lugar fuera de un aula de clases. Estas mismas herramientas deben funcionar como apoyo cuando se habla de aprendizaje presencial. El docente debe tener una actitud positiva a la hora de desarrollar el equipo tecnológico. Tener la capacidad de integrar la tecnología en los entornos de información. Estar entrenado para el uso de la tecnología tanto del hardware como del software. Su formación debe ser permanente. (El uso de las TIC en la enseñanza del inglés, 2015).

3.1.5 Factores ecológicos

El quinto contexto a revisar en este análisis es el ecológico, lo cual, es hoy día de gran interés por el cambio en el medio ambiente que debe forjarse y la toma de conciencia que debe emerger acerca de los problemas que afectan al planeta y que exigen una solución. Para Moreno (2019) cuando se trata de la acción humana, ésta debe ir de la mano del cuidado del medio ambiente, a los fines de que la mejora de la calidad de vida de las personas no se vea afectada por ésta, sino más bien para que pueda ser sostenible en el tiempo, lo que implica grandes desafíos técnicos y ambientales.

Por tanto, es necesario un cambio en el accionar de las personas que sea realmente la expresión del eco del sector y del ejemplo de avance y desarrollo tecnológico donde la innovación científica ha aportado al logro del respeto por el medio ambiente. De allí, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (CEPAL, 2016) que representan una visión ecológica, una visión de preservación de la vida y la vida con calidad de manera que la búsqueda se oriente hacia un nuevo paradigma de desarrollo: el desarrollo sostenible.

En cuanto a los ODS se establecieron 17 Objetivos entre los cuales puede observarse cómo se puede enfrentar la problemática ambiental a través de la incorporación de estrategias que se direccionen hacia la mitigación de los impactos ambientales. Estos objetivos se muestran en la figura 11.

Figura 11

ODS 2030. Agenda de Desarrollo Sostenible.

Recuadro I.1	
Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible	
1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.	11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.	13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos*.
4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.	14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	15. Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.	16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.	17. Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	* Reconociendo que la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático es el principal foro intergubernamental internacional para negociar la respuesta mundial al cambio climático.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	
10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.	

Nota: CEPAL (2016).

Al realizar un análisis de los aspectos ecológicos que pueden dar sustento a la creación de una academia de enseñanza del inglés, es evidente que este factor externo favorece al establecimiento de la misma, pues contribuye al alcance de 4 ODS.

4.1.6 Factores legales

Para la creación de una institución de educación para el trabajo y el desarrollo humano de carácter privado y el ofrecimiento de programas el interesado ya sea una persona natural o jurídica, debe solicitar la licencia de funcionamiento y el registro del programa a la secretaría de educación de la entidad territorial certificada de la jurisdicción que corresponda al lugar de prestación del servicio (Ministerio de educación nacional, 2010).

Para la obtención de la licencia de funcionamiento y el registro del programa se debe presentar a la respectiva secretaría de educación un proyecto educativo institucional PEI, que contenga: Información general de la institución, denominación del programa, objetivos del

programa, descripción de las competencias (perfil del egresado), justificación del programa, plan de estudios del programa.

De igual manera, es importante tener en cuenta la certificación requerida por el ICONTEC la cual es una entidad de carácter privado, sin ánimo de lucro, cuya Misión es fundamental para brindar soporte y desarrollo al productor y protección al consumidor. Colabora con el sector gubernamental y apoya el sector privado del país, para lograr ventajas competitivas en los mercados interno y externo (Norma técnica colombiana, 2012).

Una vez analizados los 6 factores que conforman el análisis del entorno a través de la herramienta PESTEL se pudo comprender que la idea de negocio presenta ciertas oportunidades y amenazas que deben ser consideradas para su puesta en marcha, la figura 12 ilustra la síntesis del análisis realizado:

Figura 12

Análisis PESTEL

PERFIL ESTRATÉGICO DEL ENTORNO						
	FACTORES CLAVE DEL ENTORNO	IMPACTO	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	TOTAL	OPORTUNIDAD	AMENAZA
	DESCRIPCIÓN	Alto= 3 pts Medio= 2 pts Bajo= 1 pto	Alto= 3 pts Medio= 2 pts Bajo= 1 pto			
P	FACTORES POLITICOS					
	Constitución Política de Colombia	3	3	9	X	
	Política publica de emprendimiento	3	3	9	X	
	Políticas de recursos educativos	3	3	9	X	
	Política publica de bilinguismo	3	3	9	X	
E	FACTORES ECONOMICOS					
	Tasa de cambio volatil TRM	1	3	3		X
	Inflacion superior al 10%	3	3	9		X
	Crecimiento del PIB	3	3	9	X	
S	FACTORES SOCIALES					
	Aumento de la pobreza	3	3	9		X
	Falta de cultura del bilinguismo	3	3	9		X
	Necesidades de mejoras en el dominio del inglés	3	3	9	X	
T	FACTORES TECNOLOGICOS					
	Aportes al conocimiento científico	3	3	9	X	
	Crecimiento del uso de herramientas digitales para la enseñanza del inglés	3	3	9	X	
E	FACTORES ECOLOGICOS					
	Reducción del impacto ambiental	3	3	9	X	
	Desarrollo sostenible	3	3	9	X	
L	FACTORES LEGALES					
	Regulaciones que promueven organizaciones del enseñanza	3	3	9	X	
	Norma técnica colombiana	3	3	9	X	

Una vez culminado el análisis de los factores externos contemplados en el análisis PESTEL se pudo conocer que la idea de negocio que se propone en este trabajo de investigación está favorecida constitucionalmente en un marco político para la creación de políticas públicas que apoyan el emprendimiento y el aprendizaje de la lengua universal, económicamente el país atraviesa por algunas dificultades, sin embargo, las necesidades actuales del mundo globalizado demuestran la relevancia del dominio del inglés, por ello, es un mercado potencialmente favorecedor.

Socialmente es un mercado potencial porque se requiere de una sociedad colombiana que pueda afrontar las necesidades del mercado frente al dominio de la lengua universal.

Tecnológicamente muestra su potencial en el mercado, ya que, la tecnología y el desarrollo a través de innovación es la búsqueda del sector para su desarrollo. Ecológicamente es un mercado potencial, por cuanto en el marco de políticas de protección y preservación ambiental, se deben reducir las afectaciones ambientales y favorecer al desarrollo sostenible, así mismo el entorno legal soporta la necesidad de contar con este tipo de instituciones para favorecer al desarrollo y crecimiento económico de la sociedad colombiana.

4.2 Análisis del microentorno - Modelo de las cinco fuerzas de Porter

Comprender las fuerzas competitivas, así como sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de una industria al tiempo que ofrece un marco para anticipar e influenciar la competencia (y la rentabilidad) a lo largo del tiempo (Porter, M. 2008). Para la realización de este análisis, las cinco fuerzas de Porter se utilizan para analizar la industria y determinar esta atracción y rentabilidad de un mercado específico. Se realiza un desarrollo de estas mismas al presente plan de negocios con el nivel de impacto bajo, medio o alto:

4.2.1 Amenaza de nuevos aspirantes (medio)

Los nuevos aspirantes a entrar en una industria aportan una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado que ejerce presión en los precios, los costos y el índice de inversión necesario para competir (Porter, 2008). Para esto, es necesario entender además del mercado, los requisitos para la creación de una academia de idiomas, los cuales son elevados. Entonces para la idea de negocio que se propone se tienen las siguientes amenazas:

Economías de escala: En este sector ya se encuentran constituidas, entonces como ya gozan de reconocimiento tienen la ventaja de poder disminuir sus costos a medida que aumenta el volumen de la producción. Por lo tanto, al ser una nueva organización para la enseñanza del inglés puede tener desventajas en sus precios, entonces las economías de escala en producción,

investigación, marketing y servicio son probablemente barreras fundamentales a la hora de entrar en el sector de la educación del inglés.

Diferenciación de producto: al ser una nueva empresa se presenta este tipo de amenazas, puesto que las organizaciones ya establecidas cuentan con su marca y la fidelidad de sus clientes, lo cual, ha sido producto de su tiempo en el mercado, en este sentido los nuevos aspirantes deben generar grandes inversiones en publicidad o promociones de lanzamiento para captar cliente reducir la amenaza que representa ser una nueva academia y lograr establecerse y mantenerse en el mercado.

Estos dos aspectos pueden dificultar la entrada de la academia dentro del sector de la enseñanza del inglés, por esto, al momento de la planeación estratégica y el plan de mercadeo se deben diseñar estrategias que permitan mitigar los riesgos derivados de estas amenazas por causa de ser un nuevo competidor dentro del mercado objetivo, para así poder captar la atención de nuevos clientes. Entonces el impacto que deja esta fuerza es un impacto medio, puesto que si existen altos riesgos de ser una empresa nueva para la enseñanza del inglés como segundo idioma.

4.2.2 Poder de negociación de los proveedores (Bajo)

Para el desarrollo de las actividades de la academia se requieren de diversos espacios (salones), materiales (papelería) equipos (computadores, pizarras, mobiliario), entre otros, que requieren de una inversión inicial, por ello es necesario que se puedan establecer acuerdos y relaciones con quienes serán los proveedores de todos los requerimientos para la creación de la academia. Por ello, los proveedores serán los propietarios del lugar donde se instale la academia a quienes se les cancelara un monto mensual por el arrendamiento del mismo, por ello, se plantea en primera instancia, para la renta del espacio físico, una negociación que permita el beneficio no solo monetario, sino en visibilidad para ambos espacios.

Por ende, se propone inicialmente la construcción del espacio y desarrollo de actividades en un ambiente relacionado con la idea principal de la academia de idiomas, el cual es la transmisión de conocimiento. Esto se puede lograr por medio de la presencia en una institución prestadora del servicio de educación media. La negociación con esta entidad permitirá reducir los costes para el presente proyecto y así mismo obtener un beneficio para estos por medio de la renta de un espacio no aprovechado anteriormente (ya sea por ubicación o por horarios de uso). Así mismo se buscarán alternativas crediticias que permitan pagar a cuotas algunos de los materiales y equipos que se requieren para llevar a cabo la puesta en marcha de la academia.

Además, se requiere de materiales escolares que se requieren y se pueden adquirir según la demanda de la academia, otro de los proveedores son los profesores, quienes proveerán el servicio a prestar en la empresa, por ello, se puede negociar el pago de los servicios según la cantidad de horas laborales, esto con el fin de no tener un excedente en los costos de talento humano hasta que la empresa este consolidada en el mercado. En este sentido el impacto de esta fuerza es bajo ya que se tiene facilidad para negociar con los proveedores.

4.2.3 Amenaza de servicios sustitutivos (alto)

Un sustitutivo realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera (Porter, 2008). En la actualidad se reconoce la gran variedad de opciones para acceder al aprendizaje de un segundo idioma, organizaciones privadas, clases particulares, academias virtuales con profesores nativos, programas de intercambio en el extranjero, entre otras alternativas que sustituyen los servicios prestados por la academia de manera presencial.

En la actualidad existe un abanico de opciones que ofrecen los servicios del dominio de la lengua, por ello, se considera que existe una amenaza alta de los servicios sustitutivos. Se hace

necesario entonces la potenciación y comercialización en cuestiones de visibilidad de esta misma para mantener ese factor diferenciador.

4.2.4 Poder de negociación de los compradores (medio)

Los clientes influyentes pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrentando en general a los distintos participantes en una industria (Porter, 2008). No obstante, y como se mencionó anteriormente, no se espera competir por precio. Al ofrecer un factor innovador y diferenciador, se entra al mercado con un precio que siga siendo asequible para el consumidor, pero a su vez se reconozca el valor por el servicio ofrecido.

En este sentido es importante aclarar que según datos emitidos por la Alcaldía de Bucaramanga (2023) actualmente se encuentran matriculados un total de 75.294 estudiantes en instituciones públicas y privadas, de los cuales 72.979 se encuentran cursando estudios en niveles desde el escolar hasta media. En este sentido este sería el mercado objetivo de esta academia de idiomas, ya que, si bien es cierto que las instalaciones de la misma estarán ubicadas en Floridablanca, se pretende que parte de la población que habita en el área metropolitana de Bucaramanga pueda recibir los servicios de la enseñanza del inglés.

En este contexto y según los datos suministrados por el DANE (2022) la mayoría de los habitantes en el área metropolitana de Bucaramanga se encuentran en los estratos 2,3 y 4. Lo cual permite conocer las condiciones económicas de la mayoría de la población, por ende, el precio puede ser un factor diferencial en cuanto a la selección de los servicios, es decir existe sensibilidad al precio como un elemento decisivo en la selección de la academia que preste los servicios para el dominio del inglés.

Otro factor de negociación son las ventajas que presentan la academia es lo referente a la metodología de enseñanza propuesta, ya que, permite ofrecer a los compradores (padres de los estudiantes) un modelo que evalúa la opción más óptima para un aprendizaje significativo en los estudiantes, esto ofrece valor agregado a los servicios ofrecidos y podría representar la mejor alternativa para el dominio del inglés como segunda lengua.

Se espera entonces poder lograr una fidelización de los clientes, reflejada no solo por la satisfacción de los consumidores respecto a la manera como reciben el conocimiento, sino de igual manera la muestra de resultados.

4.2.5 Rivalidad entre los competidores existentes(alta)

La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio. Una rivalidad elevada limita el rendimiento de una industria (Porter, 2008). Y como se mencionó anteriormente, esta competencia es latente en el área metropolitana de Bucaramanga, debido a la variedad de opciones para la prestación de este servicio: ya sea de manera remota o presencial; por medio de cursos estrictos en su proceso o de manera autodidacta. No obstante, el planteamiento de este factor diferenciador permite sobresalir entre estos competidores existentes, debido a que ninguno maneja este tipo de metodología.

Se reconoce de igual manera la importancia de justificar el valor monetario por medio de la visibilidad y potenciación del valor agregado propuesto en este proyecto, el cual es el aprendizaje por medio de las inteligencias múltiples de Gardner, recordando que no se encuentra presente actualmente en el mercado.

5. Análisis de mercado

5.1 Análisis del mercado en fuentes secundarias

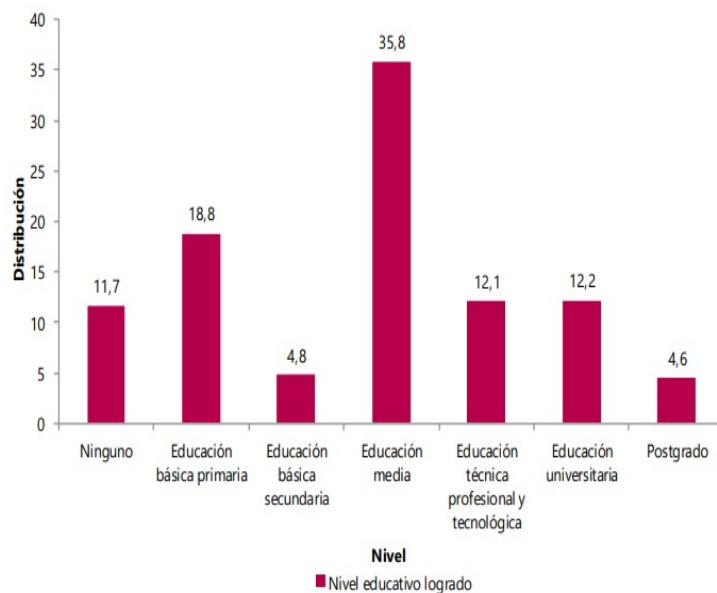
Para el desarrollo de este apartado se presenta información sobre la demanda y oferta de la prestación de los servicios del idioma del inglés en el área metropolitana de Bucaramanga. En este apartado se presente información acerca del comportamiento de dicho mercado.

5.1.1 Segmentación del mercado objetivo

El segmento que se desea abarcar con la implementación de la academia son los estudiantes con edades comprendidas entre los 5 -17 años de edad, que vivan en la ciudad de Bucaramanga y que no tengan desarrolladas las habilidades del idioma inglés, los cuales está son un total de 72.979 estudiantes matriculados en educación básica y media (Alcaldía de Bucaramanga, 2023).

5.1.2 Tendencias del mercado

Como se ha descrito a lo largo de la presente investigación, el dominio del inglés representa una ventaja competitiva en el actual mercado laboral que tiene la necesidad de contar con mayor número de trabajadores que manejen el lenguaje universal, por ello, en este estudio de mercado no se puede dejar a un lado la realidad del mercado laboral en Colombia, para ello se hizo uso de la información publicada por el DANE (2023) acerca de la caracterización del nivel educativo que conforma la fuerza laboral en el país, para ello se ilustra la figura 13 a continuación:

Figura 13*Fuerza de trabajo según niveles educativos logrados*

Nota: DANE (2023)

La información anterior es evidencia de que la mayoría de la fuerza trabajadora del país tiene un nivel de educación primaria del 18,8% y educación media con el 35,8%, lo que refleja que la mayoría de la población colombiana que trabaja solo alcanza esos niveles educativos, por ende, es evidente la importancia de que el segmento de mercado (estudiantes de básica y media) puedan tener el dominio del lenguaje universal para poder optar a mejores oportunidades laborales.

Otro aspecto de importancia acerca de las tendencias de mercado es lo correspondiente al bilingüismo laboral en el país, la información sobre ello, fue obtenida del Departamento Nacional de Planeación (2015) donde se describe que quienes manejan el idioma tienen ventajas laborales, esto se fundamenta en la información recopilada acerca de este mercado laboral donde se cita que:

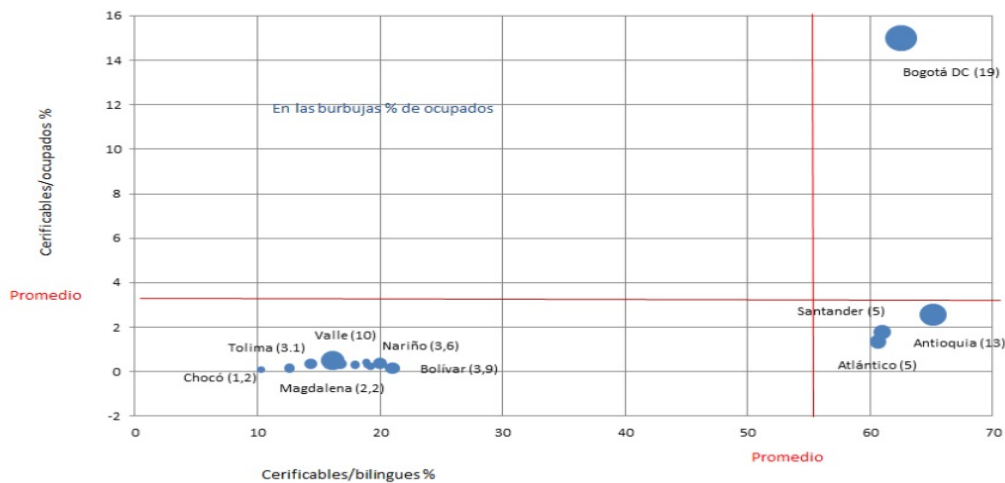
“El ingreso del trabajador bilingüe certificable tendría un promedio mensual de 1,4 millones en 2012, mayor en un 26% al percibido por el bilingüe no certificable además, una menor duración en el desempleo, 5,6 meses, cuando el resto de los bilingües demora 7,4 meses, a la vez que su tasa de desempleo es del 15,4%, en contraste con el 0,3% de los bilingües restantes,

mostrando una elevada rotación de los primeros en el desempleo, es decir, una mayor facilidad para encontrar trabajo. La mencionada relación inversa entre la duración en el desempleo y la tasa de desempleo es un patrón estadístico prevaeciente para el perfil de segmento de población donde sería más frecuente el bilingüismo certificable” (DNP, 2015, p. 10).

La información citada en el párrafo anterior muestra que en el mercado laboral quien tiene certificación del bilingüismo tiene una serie de ventajas laborales que le permiten mayores posibilidades de crecimiento. En este contexto es necesario conocer cómo se encuentran el bilingüismo laboral en el departamento de Santander, para ello se cuenta con la información expuesta en la siguiente figura:

Figura 14

Indicadores departamentales del bilingüismo laboral



Nota: DPN (2015)

Lo datos expuestos en la figura anterior demuestran que en el departamento existe un bajo porcentaje en el bilingüismo laboral, lo cual, impide que los trabajadores puedan acceder a las ventajas que se obtienen por el manejo del idioma. Por último, es tendencia de mercado las demandas actuales de personas que manejen el lenguaje universal, en todas las áreas.

5.1.3 Oferta del servicio de la enseñanza del inglés

Debido a la intención de crear una academia para el aprendizaje del inglés como segunda lengua se llevó a cabo una investigación acerca de las instituciones académicas que imparten la enseñanza del inglés que se encuentran constituidas en la ciudad de Bucaramanga o en los alrededores, la siguiente tabla contiene la información sobre dichas entidades de la competencia para la idea de negocio que aquí se propone:

Tabla 2

Instituciones legales autorizadas para prestar la oferta de servicios educativos en idiomas

Nombre	Ubicación	Concepto
Alianza Colombo Francesa	Barrio Cabecera, Cl. 42 #37-19, Cabecera del llano, Bucaramanga, Santander	<i>Instituto educativo para la enseñanza del francés</i>
Best English Institute	Cra. 27 #32-32, Antonia Santos, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Praxis English Academy	Cl. 54 #31-110, Sotomayor, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Corporación Instituto Técnico Educativo bilingüe	Kilómetro 2.176 Anillo vial Floridablanca - Girón Ecoparque Natura Torre 2 Anillo Vial, Floridablanca, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Centro Colombo Americano	Cra. 22 #No 37 74, Bolívar, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Corporación Interamericana de Educación	Cra. 26 #50-73, Nuevo Sotomayor, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Global Teacher Language School	Cl. 48 #27-64, Sotomayor, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Centro Latinoamericano de Idiomas	Cl. 48 # 35A - 20. Bucaramanga, Santander.	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Instituto Gimnasio Superior	Cl. 67 #11-29, La Victoria, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Universidad Industrial de Santander (Instituto de lenguas)	Cl. 9 #27, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés

Escuela de Formación Académica	Cra. 27 # 34 - 44. Bucaramanga, Santander.	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Centro de Idiomas Universal Learning academics	Cra. 33 #47-1, Sotomayor, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Centro de Idiomas UCC	Cl. 30a #33-51, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza de idiomas
Corporación Universitaria de Investigación y Desarrollo (UDI)	Cl. 9 #23-55, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo de nivel superior
Fast Learning Adventure	Cra. 36 # 52 - 117. Bucaramanga, Santander.	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
R&M English services	Cl. 59 #30-06, Sotomayor, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza del inglés
Centro de Idiomas Heyes	Cra. 31 #35-12, Mejoras Públicas, Bucaramanga, Santander	Instituto educativo para la enseñanza de idiomas

La información contenida en la tabla anterior, demuestra que en la ciudad de Bucaramanga se cuenta con un total de 17 instituciones académicas que se dedican a prestar los servicios de enseñanza del inglés. Es importante resaltar que estas instituciones son las que ofertan los mismos servicios del manejo del inglés como segundo idioma. El precio promedio de estos servicios oscila entre los 200.000-300.000 pesos mensuales.

No obstante, el factor diferenciador de una academia de idiomas basada en las inteligencias múltiples de Gardner como valor agregado al proceso de enseñanza de este segundo idioma, con lo cual, se espera que los estudiantes de la academia puedan obtener mayores beneficios en cuanto al manejo de una segunda lengua, con base a sus habilidades y destrezas. Con esto, se espera que los niños y jóvenes puedan recibir el conocimiento mediante un método pedagógico que se acople a sus gustos y desarrollo de la inteligencia personal.

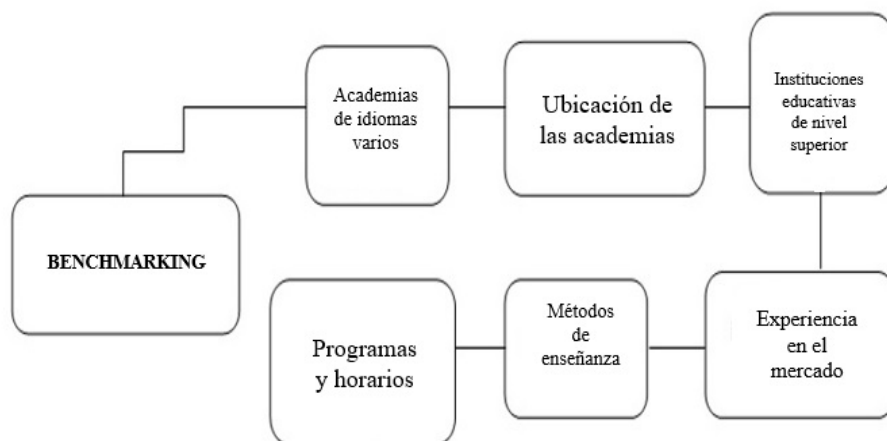
Para el análisis de la competencia se hará uso de benchmarking como una de las estrategias más utilizadas en la actualidad, la cual, tiene el objetivo principal realizar comparaciones con la

competencia a fin de mejorar fallas e implementar herramientas que permitan superar la calidad y atención de los servicios y productos distribuidos por la competencia.

En este caso el mismo se realizará en referencia al servicio, metodologías aplicadas, entre otros aspectos de la enseñanza del inglés. Para ello, se hará uso de la información recolectada de los dos competidores de la propuesta de negocio, lo que permitió conocer sus ventajas, estrategias, prácticas y modalidades, a fin de identificar como se pueden mejorar para generar ventaja competitiva frente a ellos. A continuación, se ilustra el benchmarking:

Figura 15

Benchmarking academia del inglés



Una vez identificados los aspectos relevantes de los ofertantes de los servicios de la enseñanza del inglés se presenta el análisis obtenido y el diferencial de la academia ante estos competidores, para ello se presentan las siguientes figuras:

Figura 16

Comparativo de las actividades de la oferta en la enseñanza del inglés

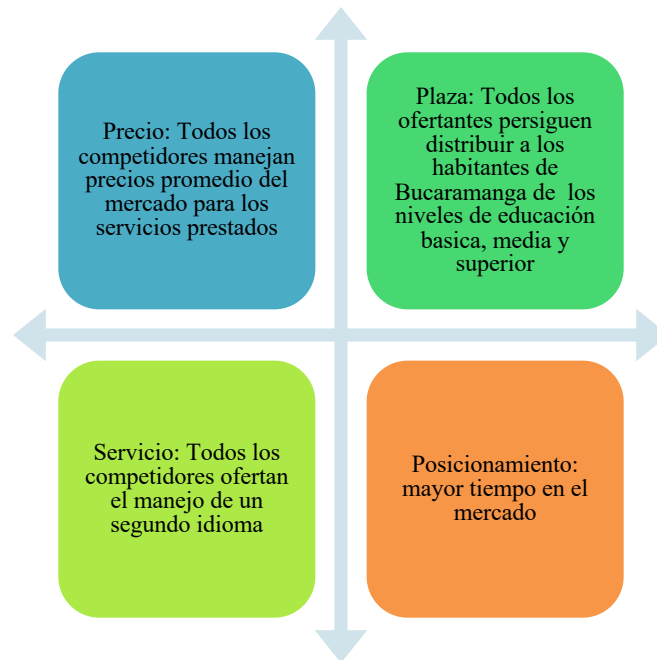


Figura 17

Comparativo de las actividades de la academia



5.2 Diseño de la investigación de mercados

La investigación que se desarrolló se llevó a cabo bajo un enfoque de tipo cuantitativo, debido a la recolección de información numérica y su procesamiento por medio de programas estadísticos, es importante citar lo expuesto por Hernández, et. al. (2014) quienes describen que en este tipo de investigación se recopilan datos por medio de instrumentos que permiten su cuantificación, de tal modo que se pueda comprender el fenómeno en estudio.

En lo que se refiere al tipo de investigación es de tipo no experimental, debido a que no se manipulan los datos (Hernández, et. al., 2014) descriptiva, que corresponde al estudio de fenómenos sociales o educativos y busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que es sometido a un análisis, este estudio ofrece la posibilidad de tener una predicción (Cauas, 2015). La investigación descriptiva es un procedimiento que se utiliza en trabajos de grado, donde se narran, identifican hechos, situaciones y características, este trabajo estará apoyado en un modelo transversal, debido a que la información será recolectada en un único momento.

5.2.1 Definición de la población

Para comenzar se debe dar la definición de la población, para ello, se hará uso de lo expuesto por Tamayo y Tamayo (2006) “se define como la totalidad del fenómeno a estudiar desde donde las unidades de población tienen una característica con la que se estudian y desde el origen de los datos de la investigación” (p.114). Como se ha mencionado a lo largo del desarrollo del proyecto sobre la propuesta de negocio se pretende crear una academia que imparta la enseñanza del idioma inglés. Como se describió el lugar seleccionado para la constitución de la empresa será en las instalaciones del colegio Glenn Doman Escuela Precoz por ello, la población objeto de estudio estará constituida por la totalidad de los habitantes en edad escolar, que se encuentren

ubicados en el área metropolitana de Bucaramanga que está conformada por un total de 72.979 estudiantes matriculados en educación básica y media (Alcaldía de Bucaramanga, 2023).

5.2.2 Tamaño de la muestra

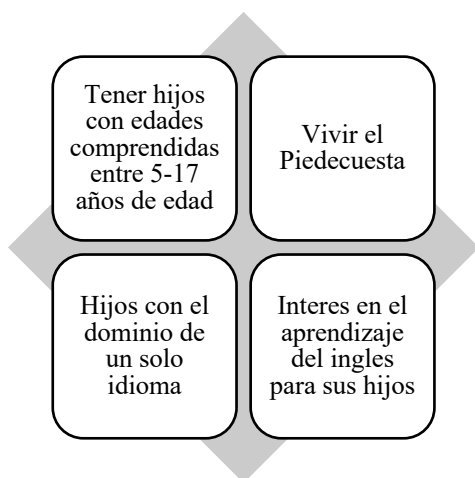
Atendiendo a las características de la población, el objeto de la investigación y la posible cobertura que pueda tener la empresa en el tamaño del mercado, en el presente estudio se extrajo una muestra de la población, es decir “un subconjunto de elementos que pertenecen a este conjunto definido en sus necesidades como llamamos a la población” (Behar 2008, p.51).

Coincidiendo con la definición anterior, la muestra representa un conjunto finito de elementos, que según Ramírez (2002), corresponde a “...un grupo relativamente pequeño de una población que presenta características semejantes a la misma...” (p. 89). Para otros autores como Sabino (2005), la muestra es “un conjunto de unidades; una porción del total; que nos representa la conducta del universo total”

En relación a la naturaleza de la investigación y el contexto de la misma, para la selección de la muestra se realiza un muestreo aleatorio simple y estratificado, es seleccionada de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población. Debido al tamaño del mercado, se usa el juicio del investigador para la selección de la muestra, seleccionándose un mínimo de 100 participantes para recolectar información acerca del mercado objeto de estudio, quienes constituyan este número de participantes deberán cumplir con los siguientes criterios de inclusión

Figura 18

Criterios de selección muestra



5.2.3 Variable de estudio

En la presente investigación se asume la definición de variable de acuerdo con Hernández, et. al. (2014), quienes consideran que es “una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse” (p. 112). En este sentido y considerando las características del presente estudio la variable está representada por la enseñanza del inglés.

Ahora bien, la variable en estudio está compuesta por las dimensiones de necesidad del aprendizaje del inglés, interés por el aprendizaje del inglés, servicios privados para el aprendizaje del inglés, las cuales son determinadas mediante un cuestionario con opciones de respuestas cerradas y abiertas, esto puede observarse en la siguiente tabla.

Tabla 3

Dimensiones de la variable estudio

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Enseñanza del inglés	Necesidad del aprendizaje del inglés	Idioma universal	1
		Globalización	2
		Comunicación	3
		Competitividad	4
	Interés por el aprendizaje del inglés	Importancia del manejo del idioma	5-6
		Nivel de inglés	6-7
		Beneficios del manejo del inglés	8
		Contratos para la enseñanza del inglés	9
	Servicios privados para el aprendizaje del inglés	Precios (mensualidad)	10-11
		Metodologías de aprendizaje	12-13

Resultados esperados	14-15
Medios de comunicación	16

5.2.4 Instrumentos para recolectar la información

En opinión de Morles (2005) las técnicas e instrumentos de recolección de datos constituyen un recurso utilizado por el investigador para acercarse a los investigados a fin de obtener la información precisa, concreta y veraz acerca de si mismos o respecto a un tópico en particular que se investiga respondiendo así a las interrogantes formuladas. En este caso será utilizada la encuesta electrónica, enviada a la muestra seleccionada aleatoriamente por correo electrónico.

El instrumento diseñado es un cuestionario. Según Sabino (2005) "...consiste en un conjunto de preguntas respecto a las dimensiones e indicadores de la variable en estudio, el cual se realiza de forma escrita contentivo de una serie de preguntas debe ser llenado..., sin intervención del encuestador." (p.74).

En este estudio se hizo uso de un instrumento de recolección de información contentivo de 16 ítems, donde los participantes debían escoger las opciones más acordes a su realidad, la información recolectada será tabulada, graficada y analizada de tal manera que se pueda conocer la aceptabilidad en el mercado para la academia de idiomas, este puede visualizarse en el anexo A.

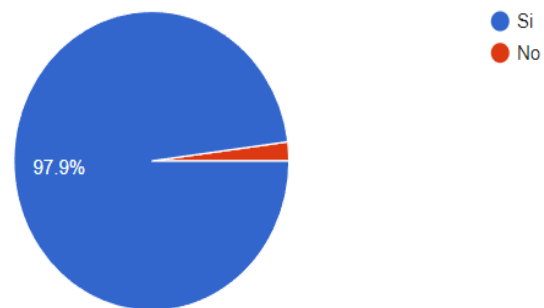
5.3 Resultados de la investigación de mercados

Una vez aplicado el instrumento se pudo obtener información acerca de la necesidad por parte del mercado objetivo de contar con una academia de enseñanza del inglés, cuya participación fue de un total de 146 encuestados que cumplieron con los criterios de inclusión. Los resultados obtenidos se presentan de forma individual para posterior a ello realizar el análisis por cada una

de las dimensiones utilizadas para el diseño del instrumento, dichos resultados se presentan a continuación:

Figura 19

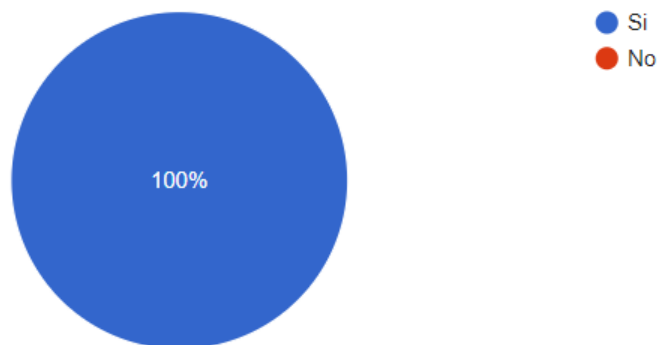
Resultados ítem 1 del instrumento



Los resultados del ítem 1 del instrumento demuestran que la población objeto de estudio tiene conocimiento acerca de que el inglés es considerado el idioma universal a nivel mundial, puesto que el 97.9% de los participantes seleccionaron la opción sí.

Figura 20

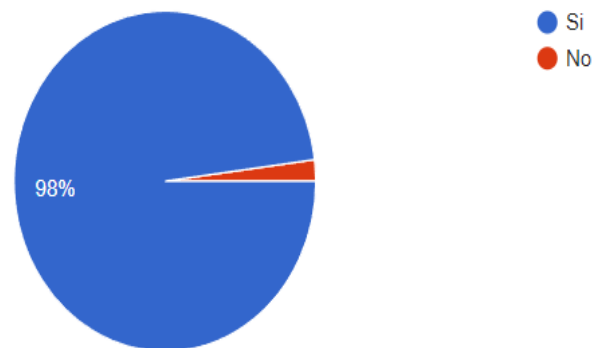
Resultados ítem 2 del instrumento



El ítem dos del instrumento contemplo lo referente a la necesidad del aprendizaje del inglés en el actual contexto de la globalización, siendo evidente que los padres reconocen que este idioma debe ser aprendido para responder a las necesidades de la actual era producto de la globalización.

Figura 21

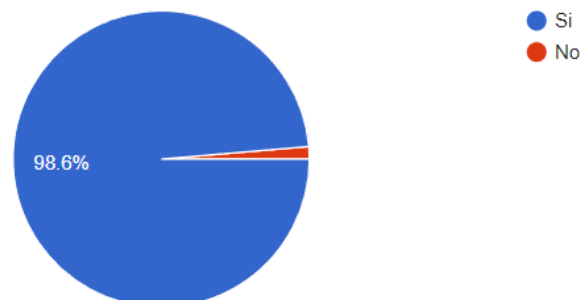
Resultados ítem 3 del instrumento



Frente a la alta demanda del dominio del inglés se diseñó el ítem 5, los resultados evidencian que los participantes comprenden la importancia del manejo de esta lengua para lograr suplir las necesidades del mercado frente al dominio de este idioma.

Figura 22

Resultados ítem 4 del instrumento

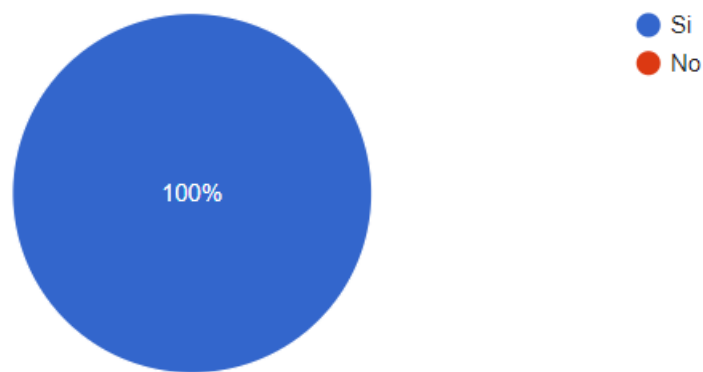


Los resultados que se ilustran en la figura anterior son sobre la competitividad que se genera por parte de las personas que dominan el inglés, evidenciándose que el 98,6% reconoce que esta habilidad genera mayor competitividad y por supuesto mayores posibilidades dentro del mercado laboral.

Figura

23

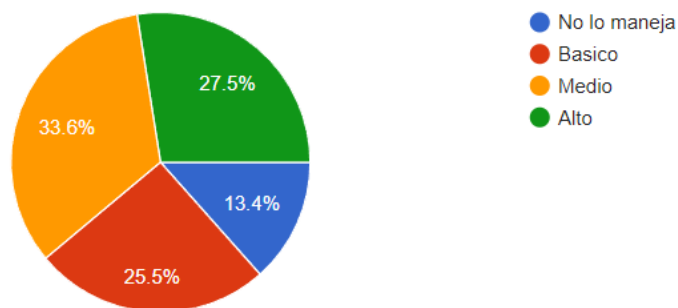
Resultados ítem 5 del instrumento



En el ítem 5 se formuló la pregunta sobre la importancia de que los hijos aprendan inglés, siendo una respuesta unánime a la opción si, lo que evidencia que los participantes comprenden la importancia de que sus hijos dominen este idioma como segunda lengua.

Figura 24

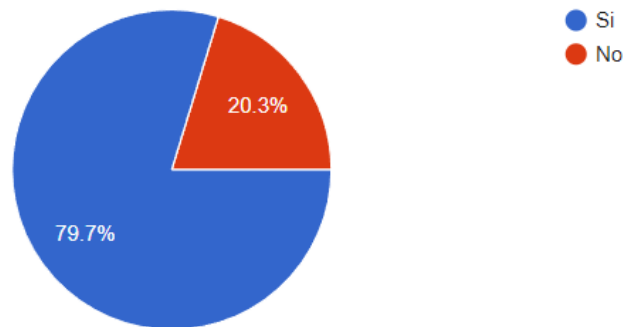
Resultados ítem 6 del instrumento



Para conocer el dominio del inglés de los hijos de los participantes se formuló la pregunta 7 de instrumento, evidenciándose que solo un 27.5% indica que el manejo es alto, lo que demuestra que existe la necesidad de que se pueda enseñar el inglés a esta población

Figura 25

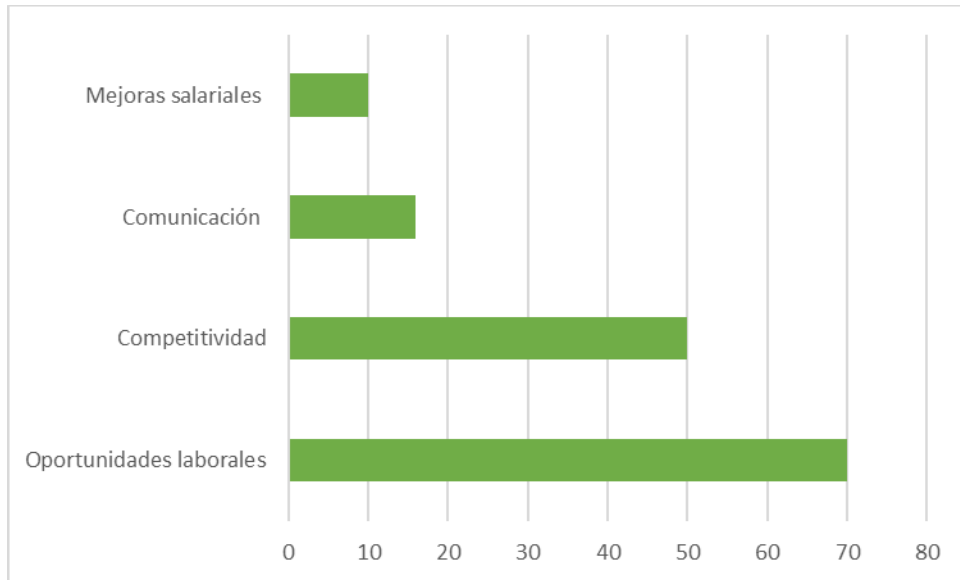
Resultados ítem 7 del instrumento



Para conocer si han recibido algún tipo de enseñanza del inglés de índole público o privado se formuló el ítem 7, encontrándose que solo un 20,3% no ha recibido ningún tipo de enseñanza del idioma, lo cual demuestra el interés por parte de los padres que aprendan el idioma y a su vez que existe un porcentaje de la población que aún no cuenta con este tipo de enseñanza.

Figura 26

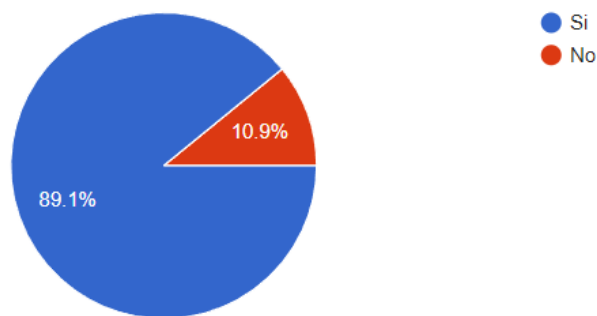
Resultados ítem 8 del instrumento



Para este ítem se dejó la opción de respuesta abierta, con el fin de identificar cual es la opinión de los padres acerca de los beneficios del dominio del inglés, identificándose que las cuatro opciones agrupadas se relacionan con mejoras en las oportunidades laborales, salarios, competitividad y comunicación.

Figura 27

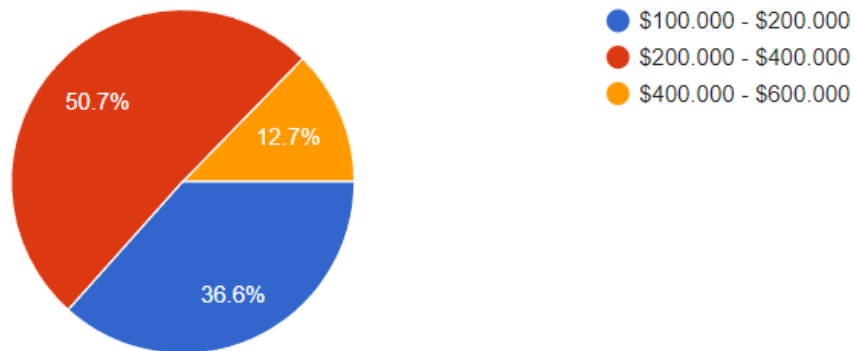
Resultados ítem 9 del instrumento



Para evaluar si se cuenta con la disponibilidad para pagar los servicios de la academia para el manejo del inglés se pudo conocer que el 89.1% está dispuesto a costear este tipo de servicios

Figura 28

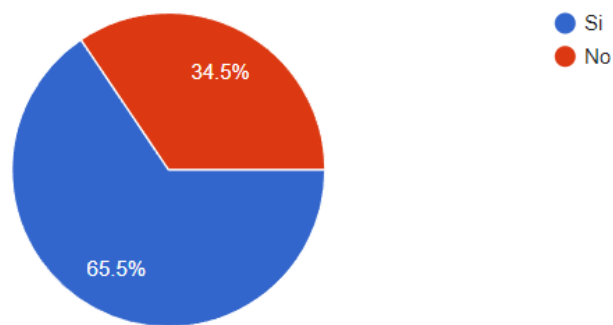
Resultados ítem 10 del instrumento



En cuanto al precio de este tipo de servicios se evidencio que el rango se encuentra entre los 200.000-400.000 precios mensuales, lo cual, es un indicativo para contemplar frente al precio de los servicios que se van a ofertar en la academia.

Figura 29

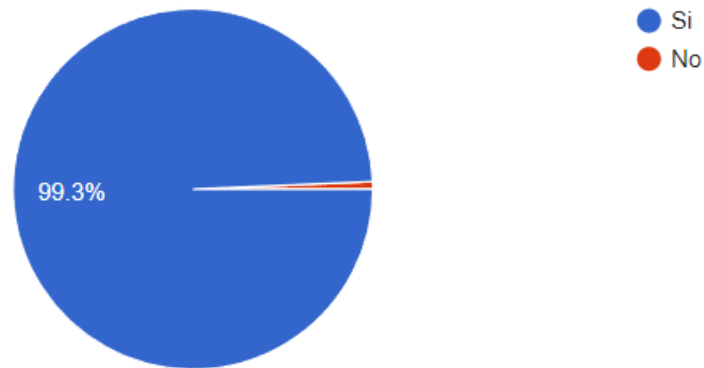
Resultados ítem 11 del instrumento



Frente al conocimiento de otras instituciones que se dediquen a la enseñanza del inglés se pudo conocer que si existen este tipo de empresas cerca al lugar de ubicación, ya que el 65.5% manifestó conocerlas.

Figura 30

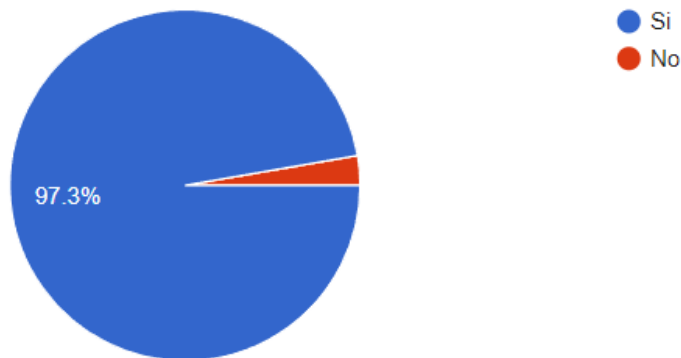
Resultados ítem 12 del instrumento



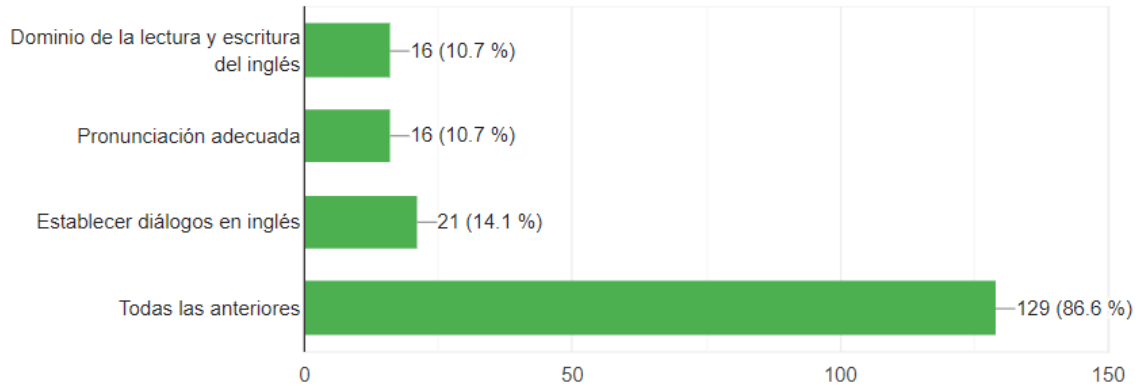
Ahora bien, en lo que respecta a la importancia del tipo de metodología para el aprendizaje del inglés se obtuvo un total de 99.3% para la opción si, lo cual sustenta la idea de valor agregado a través del uso de las inteligencias múltiples como valor agregado para la idea de negocio.

Figura 31

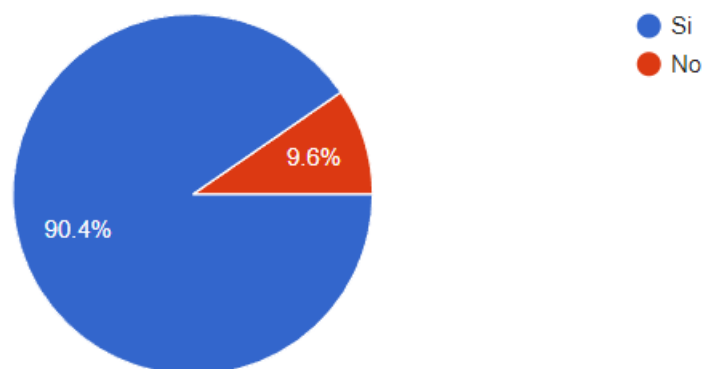
Resultados ítem 13 del instrumento



Frente a la motivación que se debe generar en los estudiantes se tiene que los participantes consideran que es necesario que la metodología aplicada para enseñar el idioma es importante para motivar el proceso de aprendizaje, esto porque el 97.3% de los participantes manifestaron que sí.

Figura 32*Resultados ítem 14 del instrumento*

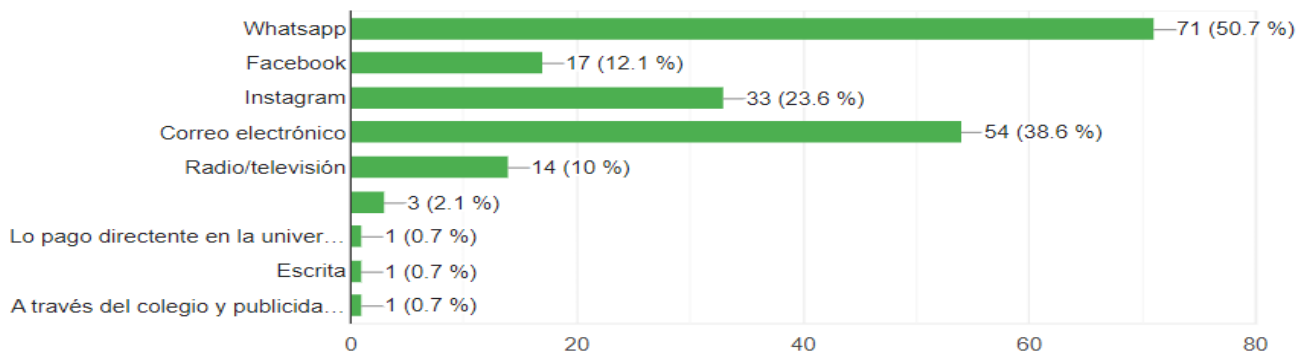
Los resultados del ítem 14 del instrumento demuestran que los participantes esperan que la academia logre en sus estudiantes habilidades para la lectura y escritura, una pronunciación adecuada y el establecimiento de diálogos en inglés, ya que, 129 participantes que equivalen al 86.6% de los participantes manifestaron la opción de todas las anteriores.

Figura 33*Resultados ítem 15 del instrumento*

El ítem 15 contemplo lo referente a si los participantes contratarían los servicios de una academia de inglés que hago uso de metodologías de inteligencias múltiples para enseñar el inglés, evidenciándose la aceptación del mercado ya que, el 90.4% de los participantes indicaron que sí.

Figura 34

Resultados ítem 16 del instrumento



Por último, se consultó a los participantes a través de qué medios le gustaría recibir información sobre la promoción de la academia, siendo evidente la necesidad del uso de marketing digital para lograr mantener informados a los clientes potenciales.

5.4 Análisis de la investigación de mercados

Una vez analizados todos los aspectos inmersos en el análisis del mercado se pudo determinar que existe una necesidad insatisfecha en cuanto al bilingüismo a nivel nacional y departamental. Esto se basa en la información recolectada de las fuentes secundarias consultadas, donde es evidente que la población colombiana debe desarrollar mayores habilidades en el dominio de este idioma universal. Por otro lado, se logró evidenciar que quienes tienen la capacidad de hablar este idioma y adoptarlo como su segunda lengua tienen mayores posibilidades en un mercado laboral altamente demandante.

Lo descrito anteriormente se encuentra consolidado en las fuentes consultadas acerca de las ventajas laborales que tienen los trabajadores bilingües, cuyas tasas de desempleo son menores de quienes no manejan el idioma, tienen mayores ingresos salariales y mayores posibilidades de escoger el mercado laboral, lo cual, es producto de la importancia del idioma para mantener comunicación entre diversas naciones.

Así mismo en el estudio de fuentes primarias y secundarias se pudo conocer que existen academias de inglés que prestan los servicios de la enseñanza del idioma, sin embargo, existe gran aceptación por parte de la muestra en estudio de contar con una academia que haga uso de las inteligencias múltiples y que maneje un precio promedio de 200.000 mensuales. En este sentido, el estudio de mercado realizado permitió identificar que el establecimiento de la academia tiene amenazas y debilidades que deben contrarrestarse con la fortalezas y oportunidades del mercado para lograr establecer y sostenerse en el mercado, lo cual, debe evaluarse a través del diseño de estrategias que potencien la prestación de los servicios para la enseñanza del inglés.

6. Estrategia y plan de introducción de mercado

Una vez identificados los elementos que conforman el mercado donde se va ofertaran los servicios para la enseñanza del inglés se requiere del diseño de estrategias para el diseño del plan de introducción al mercado objetivo, a continuación, se presentan los elementos de dicho plan.

6.1 Plan de mercadeo

A continuación, y en adecuación a esta mirada prospectiva, debe presentarse la matriz DAFO que identifica las debilidades y amenazas que se deben afrontar con las estrategias de mercado para favorecer a la comercialización del servicio de la enseñanza del inglés.

Tabla 4

Matriz DAFO

Debilidades	N°	Amenazas	N°
Empresa nueva en el mercado	D1	Rechazo del servicio	A1
Instalaciones en arrendamiento		Estrategia de precio de la competencia	A2
Poca experiencia en la prestación de los servicios de la enseñanza del inglés	D2		
	D3	Diversidad de competidores y productos sustitutos	A3
		Aumento del número de competidores	A4
		Incremento de los insumos requeridos para la actividad	A5
		Aumento del precio del dólar	A6
			A7
			A8
			A9
			A10
			A11
			A12
			A13
			A14
			A15
			A16
			A17
			A18
			A19
			A20
			A21
			A22
			A23
			A24
			A25
			A26
			A27
			A28
			A29
			A30
			A31
			A32
			A33
			A34
			A35
			A36
			A37
			A38
			A39
			A40
			A41
			A42
			A43
			A44
			A45
			A46
			A47
			A48
			A49
			A50
			A51
			A52
			A53
			A54
			A55
			A56
			A57
			A58
			A59
			A60
			A61
			A62
			A63
			A64
			A65
			A66
			A67
			A68
			A69
			A70
			A71
			A72
			A73
			A74
			A75
			A76
			A77
			A78
			A79
			A80
			A81
			A82
			A83
			A84
			A85
			A86
			A87
			A88
			A89
			A90
			A91
			A92
			A93
			A94
			A95
			A96
			A97
			A98
			A99
			A100
			A101
			A102
			A103
			A104
			A105
			A106
			A107
			A108
			A109
			A110
			A111
			A112
			A113
			A114
			A115
			A116
			A117
			A118
			A119
			A120
			A121
			A122
			A123
			A124
			A125
			A126
			A127
			A128
			A129
			A130
			A131
			A132
			A133
			A134
			A135
			A136
			A137
			A138
			A139
			A140
			A141
			A142
			A143
			A144
			A145
			A146
			A147
			A148
			A149
			A150
			A151
			A152
			A153
			A154
			A155
			A156
			A157
			A158
			A159
			A160
			A161
			A162
			A163
			A164
			A165
			A166
			A167
			A168
			A169
			A170
			A171
			A172
			A173
			A174
			A175
			A176
			A177
			A178
			A179
			A180
			A181
			A182
			A183
			A184
			A185
			A186
			A187
			A188
			A189
			A190
			A191
			A192
			A193
			A194
			A195
			A196
			A197
			A198
			A199
			A200

Como se ha descrito a lo largo del proceso investigativo la demanda y la oferta de cualquier producto o servicio que desee comercializar tiene una vital importancia para el alcance del éxito y la mitigación de factores que puedan afectar su permanencia en el mercado, por ello, es necesario que se diseñen estrategias que puedan potenciar la actividad económica.

Basados en las estrategias de marketing el objetivo fundamental es el incremento de las ventas y lograr una ventaja sobre los competidores, basándose en el modelo de negocio, se realizara el uso de estrategias desarrolladas de manera conjunta, con la aplicación de promociones publicadas a través de diferentes redes sociales a través de un marketing digital, utilizando los diferentes canales y plataformas digitales para atraer a posibles consumidores potenciales, tomando en cuenta los resultados obtenidos en el análisis de mercado. Esto debido a que existen clientes que no conocen el servicio a ofertar, entonces sería una estrategia para dar a conocer al nuevo ofertante.

Si bien es cierto que las redes sociales son las herramientas de mayor auge en el mundo de la publicidad por la cobertura que estas permiten alcanzar, también lo es el hecho de que las herramientas de comunicación como las emisoras radiales también son importantes para dar a conocer el servicio que se desea comercializar, por ello, otra de las estrategias será la publicidad radial con una frecuencia de tres veces por semana durante 8 horas.

Esto con el propósito de suministrar el conocimiento sobre la nueva academia y la metodología de las inteligencias múltiples para la enseñanza del inglés, lo cual, servirá para atraer tanto a clientes potenciales.

6.1.2 Diseño de estrategia diferenciada

Para el diseño de las estrategias diferenciadoras se utilizó el cruce de las variables de la matriz DAFO que contienen todos los elementos identificados en el análisis del entorno y en el estudio de mercado, estos factores permitieron identificar las posibles afectaciones y las ventajas de la idea de negocio, entonces de allí parten cada una de las estrategias que se presentan en los siguientes apartados.

6.1.3 Fijación de estrategia de posicionamiento y diferenciación

Debido a que la empresa se llevara a cabo bajo la enseñanza del inglés para la certificación del idioma como segunda lengua, a través de la metodología de las inteligencias múltiples para ello, se diseñara la imagen que permitirá identificar y diferenciar el servicio, por ello, otra de las estrategias utilizadas será el logo de la empresa cuyo lema será “El aprendizaje del inglés bajo el enfoque de tus habilidades te encamina hacia el éxito laboral”, esto se hará como herramienta para que los clientes puedan conocer las ventajas que este servicio confiere para el bilingüismo, siendo esta una estrategia para lograr capturar al mayor número de clientes.

Por último, es importante resaltar que como estrategia se tiene la presentación de promociones para los primeros 100 nuevos clientes, donde se otorgaran beneficios de una reducción del 10% del costo de las unidades del primer nivel, así como también una clase promocional donde puedan asistir dos personas de forma gratuita.

6.1.4 Plan de marketing operativo (marketing-mix)

La mezcla de mercadeo básicamente se refiere a las variables de decisión sobre las cuales la empresa tiene un control mayor, estas se basan a través de comprensión de las necesidades del consumidor, estas cuatro variables son conocidas como, producto o servicio, precio plaza y promoción (Salazar 2011).

6.1.4.1 Estrategia de producto. Se basa en la definición en base a los elementos de marketing con el diseño de un bien o servicio para producir y habiendo elegido el mercado en el que se pretende entrar, la organización realiza mediante este tipo de estrategias su plan de acción comercial. Una estrategia de producto es aquella originaria tras una inicial y exhaustiva investigación de las características del producto o servicio que va a comercializarse (Ferrell 2012).

Teniendo en cuenta que el objetivo del plan de negocio se refiere a la constitución de una academia para la enseñanza del inglés, es importante reiterar dentro de la estrategia de servicios los elementos que posicionen la comercialización, en este caso se muestran en la tabla 5:

Tabla 5

Estrategia del servicio

Necesidades que satisface	Características del servicio	Protección del servicio frente a imitadores	Posicionamiento del servicio
Dominio del inglés como segundo idioma	Idioma universal de alta demanda a nivel nacional e internacional	Logo y lema de metodología de inteligencias múltiples	Calidad
Optimización de procesos y recursos	Aprendizaje significativo y en menor tiempo	Bilingüismo	Rendimiento
Disponibilidad de herramientas para asegurar	Innovador	Estrategias de didáctica educativa para cada tipo de inteligencia	Innovación

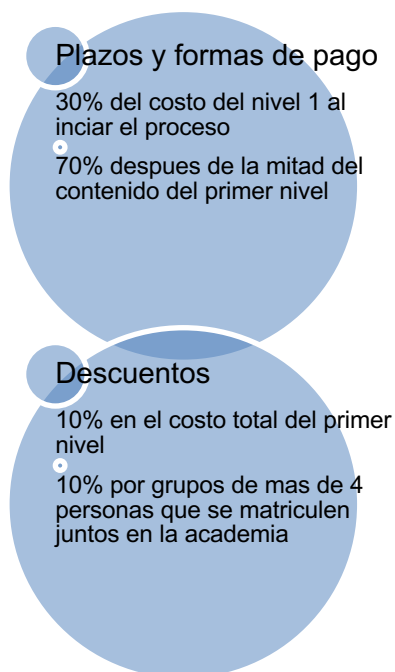
6.1.4.2 Estrategia de precios. Las estrategias de precio son pasos que se deben seguir por las empresas a la hora de establecer el costo de sus bienes o servicios, las estrategias de precio se alcanzan en la asignación de recursos relacionados del marketing que efectúa una empresa a la hora de variar los precios de sus bienes o servicios. El precio es un parámetro que permite a la empresa actuar de manera rápida en su toma de decisiones, además de ser un indicador de calidad muy tenido en cuenta por el público consumidor (Eslava, 2015).

Los servicios de la enseñanza del inglés cuentan con la referencia de los precios promedio en el mercado, los cuales se establecen debido a los costos del mismo (materiales y equipos, profesionales en la enseñanza del inglés, entre otros) y al margen de ganancia que se establece por la comercialización de este tipo de servicios, estos se mantendrán estables de acuerdo con la política de precios que maneja el mercado, el único valor que se modificará será lo referente al proceso de formación por parte del personal en el área, lo que permitirá realizar descuentos a los primeros compradores de los servicios de la academia.

6.1.4.2.1 Condiciones de venta (plazos, descuentos). Es importante resaltar que debido a la falta de reconocimiento en el mercado se aplicaran algunas estrategias que persiguen ganarse la confianza de los clientes, estas estrategias se presentan en la siguiente figura:

Figura 35

Estrategias de precios



6.1.4.3 Estrategia de comunicación. Una buena estrategia de comunicación y promoción se basa en considerar una serie de factores, incluyendo las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa, además del mercado objetivo, las metas y objetivos para el esfuerzo de comercialización, también de los recursos disponibles para cumplir tales metas y objetivos. Al adoptar un enfoque estratégico para sus esfuerzos de comunicación, las empresas pueden mejorar sus oportunidades de éxito (Aren 2018).

Entre las estrategias que usara la empresa se encuentran las campañas en las redes sociales como Facebook e Instagram, además la empresa implementa anuncios en la radio y publicidad del producto por medio de volantes y tarjetas de presentación.

-Coste de la estrategia de comunicación

Las herramientas de promoción que se utilizaran como estrategias de comunicación tienen un costo que debe ser considerado en el estudio de este plan de negocio, la siguiente tabla contiene la información correspondiente:

Tabla 6*Costos de la estrategia de comunicación*

Tipo de herramienta	Cantidad/ Continuidad	Precio (pesos colombianos)
Volantes informativos	2000	300.000
Publicidad radial	2 veces al día por un año	2.000.000
Publicidad en redes	Todos los días por un año	3.000.000

6.1.4.3.1 Posicionamiento de la promoción frente a la competencia. Días antes de la distribución formal de los servicios (apertura de academia) se llevará a cabo una estrategia publicitaria, la cual consiste en captar la mayor cantidad de clientes mediante la invitación a las personas a conocer el nuevo ofertante, para que puedan conocer los servicios que se prestaran, los descuentos disponibles para nuevos clientes, entre otros, con el objetivo de captar un mayor número de clientes.

6.1.4.4 Estrategia de distribución. Canales de distribución seleccionados

Debido a las características del producto este será distribuido directamente en las instalaciones de la academia, para que los clientes seleccionados como mercado objetivo puedan asistir a las clases presenciales que se dictaran de forma continua de lunes a sábado en grupos por niveles del dominio del inglés hasta alcanzar el bilingüismo.

7. Análisis técnico

7.1 Localización

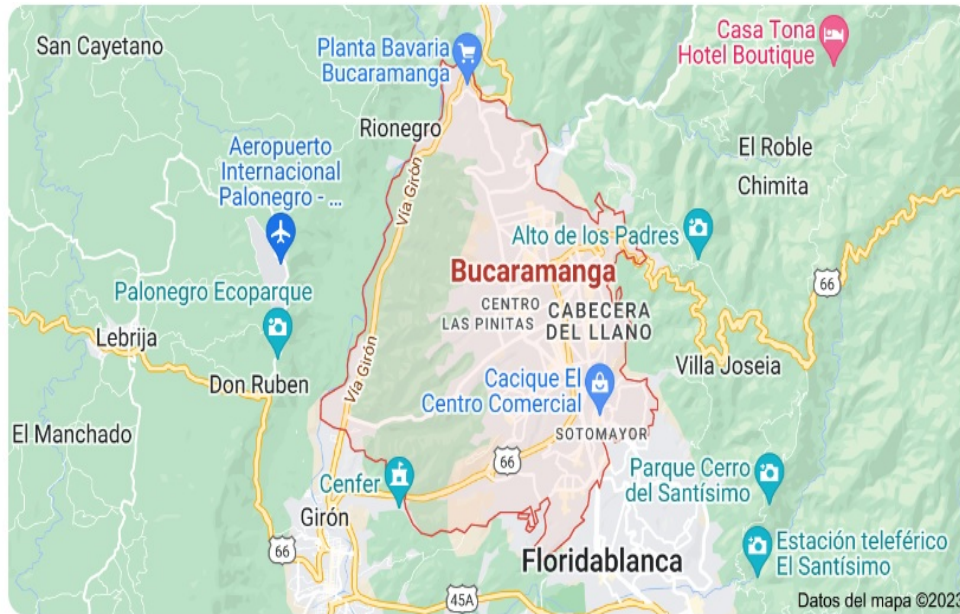
7.1.1 Macro localización

Dentro de los aspectos necesarios para la definición de un proyecto se encuentra su localización, que no es más que la descripción de la ubicación donde se establecerá la sede física donde se llevarán a cabo las actividades productivas del bien o servicio, para comenzar se describe la macrolocalización, que se refiere a la región de mayor interés para desarrollar el proyecto, en

este caso en particular corresponde a Bucaramanga-Santander. La siguiente figura ilustra la macrolocalización del proyecto:

Figura 36

Macro localización del proyecto



7.1.2 Micro localización

Debido a las características de la empresa que se desea consolidar esta debe estar ubicada en una localidad donde se tenga fácil acceso a los clientes potenciales y a los prestadores del servicio (docentes). Por ello, el proyecto se localiza en las instalaciones del colegio Glenn Doman Escuela Precoz, ubicado en el Km 6 Ruitoque Alto, lote Mariposario Vía Tres Esquinas – Floridablanca.

7.2 Distribución

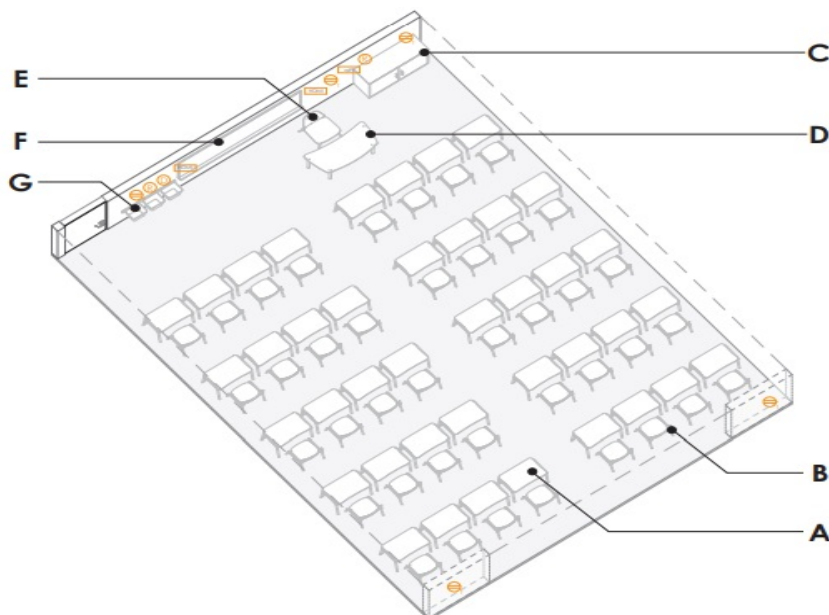
Para la enseñanza del inglés se requiere de un espacio físico que cuente con las condiciones adecuadas de distribución, esto con el objetivo de contar con las dimensiones necesarias para que cada una de las personas que se encuentren dentro del salón puedan estar en condiciones cómodas al momento de recibir las clases, es por ello, que para la distribución de los espacios que se

requieren para la academia se consultaron las directrices del MEN (2021) donde se presenta la información para la infraestructura educativa.

En el documento sobre dichos lineamientos se establece que el espacio para un aula de educación básica y media conformada por un docente y 40 estudiantes se requiere un área mínima de 66 m² que garantiza un área de 1,65 m² por cada estudiante. Con esta capacidad se asegura un área múltiple donde se pueden desarrollar actividades individuales y en pequeños grupos y se cuenta con el espacio necesario para la difusión de conocimiento dirigido y libre. En el colegio ya existen tres aulas con área de 70m² que están desocupadas y pueden ser arrendadas para la prestación de los servicios de la academia, el acondicionamiento y distribución de dichos espacios se harán conforme a los lineamientos del MEN (2021), la siguiente figura ilustra cómo se hará dicha distribución:

Figura 37

Distribución espacial de las aulas de clase



Nota: MEN (2021).

La figura anterior contiene los elementos sobre la distribución espacial que debe realizarse en los salones para garantizar el confort la disponibilidad de espacio para impartir conocimiento a los estudiantes de básica y media, la leyenda de dicha distribución de muestra a continuación:

A: 40 Mesas de trabajo

B: 40 sillas antropométricas

C: 1 almacenamiento de exposición

D: 1 mesa puesto de trabajo docente

F: 1 silla puesto de trabajo docente

G: 1 tándem de 3 canecas con soporte

7.3 Descripción de servicios

Actualmente el manejo del inglés se encuentra estandarizado bajo tres niveles, los cuales determinan las competencias que tienen las personas en lo que respecta al manejo y dominio del idioma, a continuación, se presenta la descripción de los niveles que se encuentran avalados a nivel internacional para la certificación del manejo de la segunda lengua:

Tabla 7

Niveles certificados del idioma inglés

Niveles	Habilidades y conocimientos	Categorías
A	Básico	A1-A2
B	Medio	B1-B2
C	Avanzado	C1-C2

La información descrita en el párrafo anterior muestra que en total existen 6 niveles de inglés y cada uno de ellos indica una mayor competencia lingüística por parte del hablante. La siguiente figura ilustra como es el manejo y dominio del inglés en cada uno de los niveles antes descritos:

Figura 38

Dominio y habilidades del inglés según el nivel



Nota: López (2022).

Como se puede observar ya existe una estandarización para certificar el nivel de inglés, por ello, las instituciones que se dediquen a impartir el conocimiento de esta lengua deben garantizar que sus estudiantes cumplan con los requerimientos mínimos para alcanzar la certificación de cualquiera de los niveles que curse. En este aspecto es importante resaltar que en la actualidad diversas empresas y algunas instituciones de formación superior exigen como requisito esta certificación del dominio del idioma, lo que demuestra la relevancia de contar con estas certificaciones de manejo del inglés.

Así mismo, con el fin de potenciar el factor diferenciador de la academia, se realizará por parte de los docentes de cada nivel y a cada uno de los estudiantes, un test que permita entender la inteligencia múltiple con la cual se asocia cada joven individualmente y de esta manera enfocar la metodología de aprendizaje a dicha afinidad. Agrupando a los jóvenes y designando tareas específicas que promuevan el desarrollo del idioma por medio de diferentes estrategias pedagógicas relacionadas.

7.3.1 Fichas técnicas

En este apartado del proyecto se procede a ilustrar las fichas técnica de los servicios que serán ofertados por la academia, la cual, persigue impartir la enseñanza del idioma universal como segunda lengua bajo una metodología que se enfoque en las inteligencias múltiples debido a que

se pretende alcanzar un aprendizaje significativo que garantice el desarrollo de las habilidades y el conocimiento de manera efectiva, de allí, se diseñaron las fichas técnicas de los servicios que prestara la academia. La siguiente tabla contiene de forma general los cursos que prestara la academia.

Tabla 8

Servicios prestados por la academia de inglés

Inteligencias de Gardner	Nivel de inglés	Carga horaria semanal	Periodo de duración del programa
Lingüística	A1-A2	5 horas	6 meses
	B1-B2		
	C1-C2		
Lógica-matemática, Espacial	A1-A2	5 horas	6 meses
	B1-B2		
	C1-C2		
Musical	A1-A2	5 horas	6 meses
	B1-B2		
	C1-C2		
Corporal-kinestésica	A1-A2	5 horas	6 meses
	B1-B2		
	C1-C2		
Interpersonal	A1-A2	5 horas	6 meses
	B1-B2		
	C1-C2		
Intrapersonal	A1-A2	5 horas	6 meses
	B1-B2		
	C1-C2		
Naturalista	A1-A2	5 horas	6 meses
	B1-B2		
	C1-C2		

Como se muestra en la tabla anterior la academia contara con un total de 24 cursos para la enseñanza del inglés, los cuales abarcan los tres niveles de certificación del idioma (básico, medio y avanzado) para cada una de las 8 inteligencias múltiples, a continuación, se presentan las fichas técnicas para los seis niveles de certificación los cuales serán impartidos con estrategias didácticas que se adapten a la inteligencia de los estudiantes:

Tabla 9*Ficha técnica del nivel básico A1 del inglés*

Características del servicio para la certificación del nivel A1	
Descripción del servicio	Diseñar e implementar estrategias didácticas educativas en función de las inteligencias múltiples de Gardner para formar a los estudiantes de la academia en el dominio y manejo del nivel básico A1 del inglés
Clientes	Estudiantes
Requisitos	No tener ningún conocimiento del inglés y estar suscritos a la academia
Competencias	Los estudiantes que aprueben este nivel serán capaces de comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente, así como también la habilidad de manejar e interpretar frases sencillas Puede presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce. Puede relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar.
Documentos asociados	Examen final para medir las habilidades y desempeño adquiridos durante el programa que garantice la certificación del nivel adquirido por la aprobación de los requisitos del marco común Europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación,
Cargo responsable	Docente de aula y gerente general
Tiempo estimado del programa	6 meses

Tabla 10*Ficha técnica del nivel básico A2 del inglés*

Características del servicio para la certificación del nivel A2	
Descripción del servicio	Diseñar e implementar estrategias didácticas educativas en función de las inteligencias múltiples de Gardner para formar a los estudiantes de la academia en el dominio y manejo del nivel básico A2 del inglés
Clientes	Estudiantes
Requisitos	Tener aprobado por la academia o certificado el nivel A1 de inglés y estar inscritos en el programa
Competencias	Los estudiantes que aprueben este nivel serán capaces de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.). Comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de información sobre cuestiones que le son conocidas o habituales. Sabe describir en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas.
Documentos asociados	Examen final para medir las habilidades y desempeño adquiridos durante el programa que garantice la certificación del nivel adquirido por la aprobación de los requisitos del marco común Europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación,
Cargo responsable	Docente de aula y gerente general

Tiempo estimado del 6 meses
programa

Tabla 11*Ficha técnica del nivel básico B1 del inglés*

Características del servicio para la certificación del nivel B1	
Descripción del servicio	Diseñar e implementar estrategias didácticas educativas en función de las inteligencias múltiples de Gardner para formar a los estudiantes de la academia en el dominio y manejo del nivel medio B1 del inglés
Clientes	Estudiantes
Requisitos	Tener conocimiento básico del inglés (culminados y aprobados los niveles A1 y A2) y estas inscritos en el programa
Competencias	Los estudiantes que aprueben este nivel serán capaces de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. Desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes. Puede relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar.
Documentos asociados	Examen final para medir las habilidades y desempeño adquiridos durante el programa que garantice la certificación del nivel adquirido por la aprobación de los requisitos del marco común Europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación,
Cargo responsable	Docente de aula y gerente general
Tiempo estimado del programa	6 meses

Tabla 12*Ficha técnica del nivel básico B2 del inglés*

Características del servicio para la certificación del nivel B2	
Descripción del servicio	Diseñar e implementar estrategias didácticas educativas en función de las inteligencias múltiples de Gardner para formar a los estudiantes de la academia en el dominio y manejo del nivel medio B2 del inglés
Clientes	Estudiantes
Requisitos	Tener el nivel medio B1 aprobado en la academia o certificado y estar inscritos al programa
Competencias	Los estudiantes que aprueben este nivel serán capaces de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización.

	Relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de cualquiera de los interlocutores. Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos, así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.
Documentos asociados	Examen final para medir las habilidades y desempeño adquiridos durante el programa que garantice la certificación del nivel adquirido por la aprobación de los requisitos del marco común Europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación,
Cargo responsable	Docente de aula y gerente general
Tiempo estimado del programa	6 meses

Tabla 13*Ficha técnica del nivel básico C1 del inglés*

Características del servicio para la certificación del nivel C1	
Descripción del servicio	Diseñar e implementar estrategias didácticas educativas en función de las inteligencias múltiples de Gardner para formar a los estudiantes de la academia en el dominio y manejo del nivel avanzado C1 del inglés
Clientes	Estudiantes
Requisitos	Tener aprobado el nivel B2 en la academia o tener certificación de tener las competencias del nivel intermedio y estar suscrito al programa
Competencias	Los estudiantes que aprueben este nivel serán capaces de comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos. Expresarse de forma fluida y espontánea sin muestras muy evidentes de esfuerzo para encontrar la expresión adecuada. Hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales. Puede producir textos claros, bien estructurados y detallados sobre temas de cierta complejidad, mostrando un uso correcto de los mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.
Documentos asociados	Examen final para medir las habilidades y desempeño adquiridos durante el programa que garantice la certificación del nivel adquirido por la aprobación de los requisitos del marco común Europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación,
Cargo responsable	Docente de aula y gerente general
Tiempo estimado del programa	6 meses

Tabla 14*Ficha técnica del nivel básico C2 del inglés*

Características del servicio para la certificación del nivel C2	
Descripción del servicio	Diseñar e implementar estrategias didácticas educativas en función de las inteligencias múltiples de Gardner para formar a los estudiantes de la academia en el dominio y manejo del nivel avanzado C2 del inglés

Clientes	Estudiantes
Requisitos	Tener aprobado el nivel C1 en la academia o tener certificación de tener las competencias del nivel intermedio y estar suscrito al programa
Competencias	Los estudiantes que aprueben este curso serán capaces de comprender con facilidad prácticamente todo lo que oye o lee. Reconstruir la información y los argumentos procedentes de diversas fuentes, ya sean en lengua hablada o escrita, y presentarlos de manera coherente y resumida. Expresarse espontáneamente, con gran fluidez y con un grado de precisión que le permite diferenciar pequeños matices de significado incluso en situaciones de mayor complejidad.
Documentos asociados	Examen final para medir las habilidades y desempeño adquiridos durante el programa que garantice la certificación del nivel adquirido por la aprobación de los requisitos del marco común Europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza y evaluación,
Cargo responsable	Docente de aula y gerente general
Tiempo estimado del programa	6 meses

7.3.2 Proyección de prestación de servicios

Tabla 15

Proyección de ventas

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Programa de formación nivel básico (A1-A2)	Estudiantes adscritos	160	192	231	277	332
Programa de formación nivel intermedio (B1-B2)	Estudiantes adscritos	160	192	231	277	332
Programa de formación nivel avanzado (C1-C2)	Estudiantes adscritos	160	192	231	277	332

7.3.3 Plan de producción

Para conocer cómo será el plan de producción para la empresa que se desea crear es importante tomar en consideración los objetivos de la empresa, el personal con el cual se iniciara el trabajo y así mismo la capacidad de cada uno de ellos para prestar los servicios ofertados en la academia, por ello, y con base a la proyección de ventas ya realizada se determinara el plan de producción, el cual se ilustra en las tablas 15 y 16.

Tabla 16*Plan de producción primer año*

Servicio	Día	Semana	Mes	Año
Clases para la formación nivel básico (A1-A2)	2	10	40	480
Clases para la formación nivel intermedio (B1-B2)	2	10	40	480
Clases para la formación nivel avanzado (C1-C2)	2	10	40	480
Producción total	6	30	120	1440

Tabla 17*Plan de producción en un periodo de 5 años*

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Clases para la formación nivel básico (A1-A2)	480	576	691	829	995
Clases para la formación nivel intermedio (B1-B2)	480	576	691	829	995
Clases para la formación nivel avanzado (C1-C2)	480	576	691	829	995

7.4 Especificación de requerimientos técnicos

Para el desarrollo de las actividades de la academia se requiere de diversos elementos técnicos como lo son las instalaciones, mobiliario, papelería, iluminaria, acondicionamiento de las áreas, entre otros, a continuación, se presentan los requerimientos técnicos para el establecimiento de la academia de idiomas:

Tabla 18*Aspectos técnicos: requerimientos instalaciones y equipos*

Instalaciones/equipo	Cantidad
----------------------	----------

Instalaciones (salones de 66m ²)	3
Mesas de trabajo	120
Sillas antropométricas	120
Almacenamiento de exposición	3
Mesa puesto de trabajo docente	3
Silla puesto de trabajo docente	3
Tándem de 3 canecas con soporte	3
Aire acondicionados	3
Computador de escritorio	1
Computador portátil	1
Impresora y fotocopiadora	1
Video beam	3

Tabla 19

Aspectos técnicos: disponibilidad de insumos

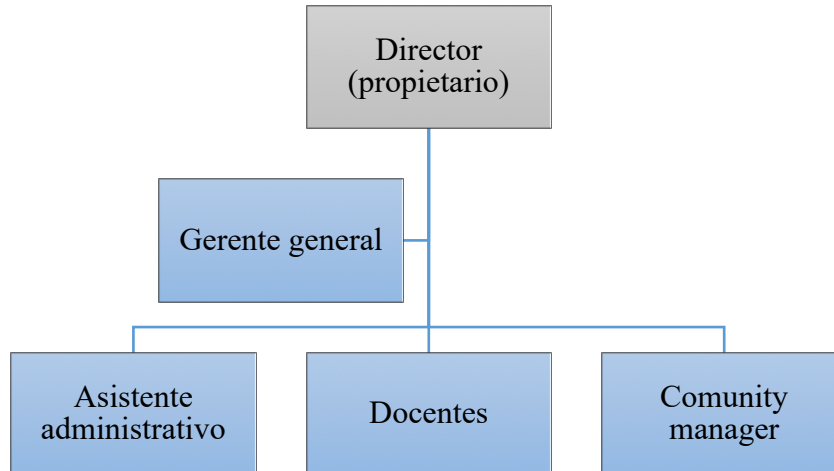
Insumo
Servicios de agua
Energía
Internet
Papelería
Agua en botella

8. Análisis organizacional y legal

8.1 Organigrama

Figura 39

Organigrama academia



8.2 Talento humano requerido

Tabla 20

Aspectos técnicos: requerimiento de personal

	Perfil	Cantidad
Área educativa	Docentes de inglés	3
Área administrativa	Director (propietario)	1
	Gerente general	
	Asistente administrativa	1
Área Comercial	Comunity manager	1

8.3 Misión

Ser una empresa líder especializada en el mundo de la enseñanza del inglés, con exclusividad en la adaptación de inteligencias múltiples que además de formar a los colombianos en el manejo del idioma universal contribuye al crecimiento y desarrollo económico de la nación.

8.4 Visión

La academia de idiomas en el año 2028 se consolida como una empresa líder en la oferta de los servicios de la enseñanza del inglés que apoya al fortalecimiento y nacionalidad de Colombia

8.5 Análisis DOFA

Una matriz DOFA es un instrumento de análisis estratégico que permite reconocer cómo se encuentra la empresa al presente para alcanzar la mirada prospectiva que se ha declarado. Esta matriz posiciona a la empresa al tiempo presente y detalla cuáles oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades atañen al entorno tanto externo como interno para lograr establecer sus estrategias de acción, que son varias porque dependen de cómo se decide actuar. A continuación, la matriz de la academia para la enseñanza del inglés:

Tabla 21

Matriz DOFA

Fortalezas	Debilidades
1.Servicio con metodología innovadora 2.Personal capacitado 3.Servicios presenciales 4.Instalaciones dentro de una institución académica reconocida 5.Precios accesibles 6. Ubicación 7. Calidad del servicio 8. Aprendizaje significativo	1.Capacidad de producción 2. Servicio nuevo sin reconocimiento 3. Poca experiencia en la gerencia y administración de empresas 4.Alcance para dar a conocer el producto
Oportunidades 1.Mayor interés por el aprendizaje del inglés 2.Mejoras laborales para las personas que dominen el lenguaje universal 3.Crecimiento de las exigencias de las empresas sobre la certificación del dominio del inglés 4.Ampliación de la producción de los servicios 5.Crecimiento del negocio y apertura de sucursales 6. Mejoras en las habilidades comunicativas 7. Políticas públicas que apoyan la enseñanza del inglés	Amenazas 1.Nacimiento de nuevos competidores 2.Precios de la competencia 3.Economía nacional 4.Mejor uso de tecnologías por la competencia 5.Productos sustitutos

Con esta matriz se utilizan los datos para cruzar las debilidades con las oportunidades, las debilidades con las amenazas, las fortalezas con las oportunidades y las fortalezas con las amenazas y desde ese entrecruzamiento diseñar las diversas estrategias que conducirán a la tamalería hacia la visión declarada.

A continuación, se diseña cada una de los enfoques para la academia de la enseñanza del inglés con sus correspondientes estrategias y luego como consecuencia, se presenta la tabla del direccionamiento estratégico de la academia, con lo cual, finalmente se construye la plataforma estratégica hacia lo interno de la empresa, que será el insumo sustancial para establecer cómo se llevará a cabo la gestión empresarial.

Tabla 22

Enfoque de adaptación: Estrategias DO: debilidades vs oportunidades

Enfoque de adaptación	Debilidades
Oportunidades	Estrategias DO
1. Mayor interés por el aprendizaje del inglés	DO1-O102D1D3: Promocionar las ventajas de la academia para la enseñanza del inglés
2. Mejoras laborales para las personas que dominen el lenguaje universal	
3. Crecimiento de las exigencias de las empresas sobre la certificación del dominio del inglés	DO2-O3D3D4D5: Garantizar la calidad de la enseñanza del inglés
4. Ampliación de la producción de los servicios	DO3-O104D3D4: Invertir en personal capacitado para la administración y promoción de los servicios de la academia para tener un mayor alcance del mercado objetivo y un buen manejo de las finanzas de la empresa
5. Crecimiento del negocio y apertura de sucursales	
6. Mejoras en las habilidades comunicativas	
7. Políticas públicas que apoyan la enseñanza del inglés	DO4-O4O5O6O7: Realizar jornadas donde se permita el acceso a personas interesadas en los servicios para que puedan evidenciar la metodología implementada en la academia

Tabla 23

Enfoque de éxito: Estrategias FO: fortalezas vs oportunidades

Enfoque de éxito	Fortalezas
------------------	------------

	<ol style="list-style-type: none"> 1.Servicio con metodología innovadora 2.Personal capacitado 3.Servicios presenciales 4.Instalaciones dentro de una institución académica reconocida 5.Precios accesibles 6. Ubicación 7. Calidad del servicio 8. Aprendizaje significativo 9
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Mayor interés por el aprendizaje del inglés 2.Mejoras laborales para las personas que dominen el lenguaje universal 3.Crecimiento de las exigencias de las empresas sobre la certificación del dominio del inglés 4.Ampliación de la producción de los servicios 5.Crecimiento del negocio y apertura de sucursales 6. Mejoras en las habilidades comunicativas 7. Políticas públicas que apoyan la enseñanza del inglés 	<p>Estrategias FO</p> <p>FO1-O1O2O3O6F1F2F3F4: Realizar campañas publicitarias en redes sociales y de forma presencia sobre los servicios prestados por la academia y su modalidad de enseñanza</p> <p>FO2-O6O7F1F2F5: Fomentar la incorporación de nuevos estudiantes a través de talleres gratuitos sobre las ventajas del dominio del inglés</p> <p>FO3-O6O7F1F2F3F4F5: Potenciar las capacidades comunicativas de los estudiantes a través del aprendizaje significativo para la obtención de la certificación del dominio del inglés como segunda lengua</p>

Tabla 24

Enfoque de reacción: Estrategias FA: fortaleza vs amenazas

Enfoque de reacción	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Servicio con metodología innovadora 2.Personal capacitado 3.Servicios presenciales 4.Instalaciones dentro de una institución académica reconocida 5.Precios accesibles 6. Ubicación 7. Calidad del servicio 8. Aprendizaje significativo
Amenazas	Estrategias FA

1.Nacimiento de nuevos competidores 2.Precios de la competencia 3.Economía nacional 4.Mejor uso de tecnologías por la competencia 5.Productos sustitutos	<p>FA1- A1A5F1F2F3FF4F5: Crear el slogan de la empresa donde se detalle el valor agregado de la misma</p> <p>FA2-A1A4F1F2F4F5: Garantizar la calidad de los servicios mediante la incorporación de didácticas educativas dirigidas a la enseñanza significativa</p> <p>FA3-A2A3A4F4F5: Oferta de un servicio de calidad certificado por una institución académica con experiencia en el mercado</p> <p>FA4- A2A3A4F4F5: Ofertas de promociones por suscripciones a los programas de la academia hasta alcanzar el nivel avanzado C2</p>
--	---

Tabla 25

Enfoque de supervivencia: Estrategias DA: debilidades vs amenazas

Enfoque de supervivencia	Debilidades
	1. Capacidad de producción 2. Servicio nuevo sin reconocimiento 3. Poca experiencia en la gerencia y administración de empresas 4. Alcance para dar a conocer el producto
Amenazas	Estrategias DA
1.Nacimiento de nuevos competidores 2.Precios de la competencia 3.Economía nacional 4.Mejor uso de tecnologías por la competencia 5.Productos sustitutos	<p>DA1-A1A4D1D4 Contratación de personal capacitado e idóneo, con énfasis en las inteligencias múltiples</p> <p>DA2-A1A2A3D4 Instalar el establecimiento físico, agradable y atrayente, para el aprendizaje del inglés de forma presencial</p> <p>DA3-A1A2A3A5D2 Promociones mensuales para suscribir a familiares o amigos (descuento para el recomendado y quien recomienda)</p>

El direccionamiento estratégico de la empresa, en consecuencia, se orienta hacia un total de catorce (14) estrategias que deben ser cubiertas por el personal de la empresa que conforman su estructura organizacional, en tanto es el capital humano el que logra llevar la empresa hacia la visión declarada. La tabla muestra el direccionamiento:

Tabla 26*Matriz DOFA cruzada*

Estrategias DO	Estrategias DA
<p>DO1 Promocionar las ventajas de la academia para la enseñanza del inglés</p> <p>DO2 Garantizar la calidad de la enseñanza del inglés</p> <p>DO3 Invertir en personal capacitado para la administración y promoción de los servicios de la academia para tener un mayor alcance del mercado objetivo y un buen manejo de las finanzas de la empresa</p> <p>DO4 Realizar jornadas donde se permita el acceso a personas interesadas en los servicios para que puedan evidenciar la metodología implementada en la academia</p>	<p>DA1 Contratar personal capacitado e idóneo, con énfasis en las inteligencias múltiples</p> <p>DA2 Instalar el establecimiento físico, agradable y atractivo, para el aprendizaje del inglés de forma presencial</p> <p>DA3 Promociones mensuales para suscribir a familiares o amigos (descuento para el recomendado y quien recomienda)</p>
Estrategias FO	Estrategias FA
<p>FO1 Realizar campañas publicitarias en redes sociales y de forma presencia sobre los servicios prestados por la academia y su modalidad de enseñanza</p> <p>FO2 Fomentar la incorporación de nuevos estudiantes a través de talleres gratuitos sobre las ventajas del dominio del inglés</p> <p>FO3 Potenciar las capacidades comunicativas de los estudiantes a través del aprendizaje significativo para la obtención de la certificación del dominio del inglés como segunda lengua</p>	<p>FA1 Crear el slogan de la empresa donde se detalle el valor agregado de la misma</p> <p>FA2 Garantizar la calidad de los servicios mediante la incorporación de didácticas educativas dirigidas a la enseñanza significativa</p> <p>FA3 Oferta de un servicio de calidad certificado por una institución académica con experiencia en el mercado</p> <p>FA4 Ofertas de promociones por suscripciones a los programas de la academia hasta alcanzar el nivel avanzado C2</p>

8.6 Tramites en la constitución y puesta en marcha

Los aspectos legales que se deben tener en cuenta para llevar a cabo la constitución de la empresa se tienen en cuenta consignar los documentos necesarios para registrarse como persona jurídica ante la Cámara de Comercio, los cuales son:

Original del documento de identidad

Formulario del Registro Único Tributario RUT

Formulario RUE

Caratula única empresarial y anexo de matrícula mercantil

Formulario registro con otras entidades

Estatutos de la persona jurídica - documento privado

Se debe posteriormente realizar la consulta de nombre, el cual no debe estar inscrito en otra Cámara del país, a través de las siguientes direcciones electrónicas:

www.ccb.org.co (Cámara de Comercio)

www.rue.com.co (Registro Único Empresarial)

Determinado ello, el modelo de negocio cuenta con las siguientes características, y por tanto, los siguientes aspectos legales a desarrollar:

La naturaleza jurídica de las relaciones comerciales se fundamente en los vínculos empresa – empresa y empresa consumidor.

Las relaciones de comercio se fundamentan en la equivalencia funcional definida en la Ley 527 de 1999 y el Decreto 1747 de 2000 y normas concordantes, en donde todo aquello que puedo realizar por medios físicos o tradicionales podrá realizarlo por medios electrónicos con el mismo valor jurídico y probatorio.

El lugar de ejercicio e impacto del modelo de negocios es exclusivo para Colombia (infraestructura, relaciones laborales).

Basado en estas premisas el modelo de negocios de la academia para la enseñanza del inglés, se le aplican las normas para Colombia, por tanto, el modelo reconocerá entre otros aspectos derechos y obligaciones de la debida actividad empresarial y bajo una orientación de derecho preventivo ratificando los derechos y deberes tanto de empresa como de los clientes.

8.7 Cumplimiento de la normatividad

Se especifica cómo tipo de sociedad la consolidación de una sociedad por acciones simplificada, constituida por una (1) persona natural responsable hasta el monto de sus respectivos aportes, con personería jurídica, y de naturaleza comercial independientemente de sus actividades previstas en su objeto social asociadas al enfoque de sostenibilidad.

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas será la asociada a la clase 4791. Para el afianzamiento de la organización en observancia de la normatividad aplicable para Colombia, se tendrá en cuenta de manera específica la Ley 633 de 2000 Artículo 91 relacionado con la inscripción en registro mercantil y suministro de información a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN de las transacciones económicas en los términos que esta requiera.

Se dará atención a la Ley 1480 de 2011, artículo 26 información pública de precios, como deber especial de información de los productos y servicios ofrecidos, conservación de información, forma de radicación de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, portales de contacto, la aplicación de cláusulas de reversión de pago (Decreto 587 de 2016), la protección de niños niñas y adolescentes mediante la verificación de edad y control de publicidad dirigida a menores (Decreto 975 de 2015).

Últimamente, de conformidad con la Ley 590 de 2000, la empresa, será entendida como una microempresa, ya que la cantidad de personal que labora en ella es menor a diez (10) trabajadores, y sus activos totales son inferiores a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes

9. Aspectos financieros

En la constitución de nuevas empresas es necesario hacer una evaluación financiera a través de la cual se pueda conocer si su apertura es realmente factible en términos económicos, de esta manera se disminuyen los riesgos de quiebra y se favorece a la toma de decisiones oportunas sobre el negocio. A continuación, se describen y valorizan todos los aspectos a tomar en consideración para la creación de la academia para la enseñanza del inglés.

9.1 Período de arranque del proyecto (meses)

En este apartado de la investigación se presenta la descripción de las actividades y los tiempos que cada una de ellas requieren para que inicie el proyecto, la siguiente tabla contiene la información sobre ello:

Tabla 27

Periodo de arranque del proyecto

Actividad	Tiempo requerido
Visitas a establecimientos comerciales	1 mes
Selección del personal e insumos	3 meses
Negociación de condiciones del contrato	1 mes
Firma del contrato	15 días

9.2 Periodo improductivo

El proyecto se trata de la prestación de servicios de la enseñanza del inglés, para ello se requiere que los profesionales que se encargaran de dictar las clases cuenten con estudiantes, por ello, desde el inicio de uno de los programas para el dominio de cualquier nivel del inglés permitirá

tener productividad, sin embargo, se espera tener 3 salones de clase con 40 estudiantes cada uno, en dos horarios, por ello, la productividad de este negocio estará directamente relacionada con el número de estudiantes que inicien las clases.

9.3 Costos por requerimientos técnicos

Tabla 28

Costos totales por requerimientos técnicos

Instalaciones/equipo	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Mesas de trabajo	120	120.000	14.400.000
Sillas antropométricas	120	120.000	14.400.000
Almacenamiento de exposición	3	350.000	1.050.000
Mesa puesto de trabajo docente	3	300.000	900.000
Silla puesto de trabajo docente	3	200.000	600.000
Tándem de 3 canecas con soporte	3	120.000	360.000
Aire acondicionados	3	2.000.000	6.000.000
Computador de escritorio	1	5.000.000	5.000.000
Computador portátil	1	4.000.000	4.000.000
Impresora y fotocopidora	1	800.000	800.000
Video beam	3	1.275.000	3.825.000
Papelería	1	400.000	400.000
Total		51.375.000	

9.4 Inversión de capital de trabajo

Tabla 29

Gastos de personal

Cargo	Salario mensual	Número de empleados	Gasto anual
Gerente general	3.500.000	1	70.235.590
Docente	2.500.000	3	152.829.931
Asistente administrativo	2.000.000	1	41.297.170
Área Comercial	2.500.000	1	50.943.310
Total			315.306.000

Tabla 30*Gastos de puesta en marcha*

Requerimientos	Precio
Registro	106.000
Certificados	350.000
Licencias	500.000
Permisos	500.000
Estudios	250.000
Total	1.706.000

Tabla 31*Gastos anuales de administración*

Ítem	Costo fijos	Unidad	Valor total mensual	Valor total anual
Servicios públicos	\$200.000	2	\$ 400.000	4.800.000
Internet	\$90.000	1	\$90.000	1.080.000
Arriendo local	\$4.000.000	1	\$4.000.000	48.000.000
Total	65.880.000			

Tabla 32*Inversión capital de trabajo*

Requerimiento	Costo	Proyección anual
Recurso humano	20.899.970	250.799.640
Arriendos	4.000.000	48.000.000
Servicios públicos	490.000	5.880.000
Total	10.900.000	304.679.640

9.5 Cronograma de inversión – fuentes de financiación (propios o terceros)

Para la realización de este proyecto de investigación se contará con dos tipos de fuentes de financiamiento, la primera será capital propio del investigador de un total de 40.000.000 millones

de pesos colombianos y la segunda será por la solicitud de un préstamo financiero de \$119.943.400 millones de pesos colombianos para cubrir toda la parte operativa y de inversión durante los primeros 3 meses, con esto se busca tener un flujo de caja y poder cumplir con las obligaciones de ley. Las condiciones de este crédito son a un plazo de 36 meses a una tasa de interés anual del 28% el cual esta detallado en la tabla 33.

Tabla 33

Fuente de financiación

CUOTA	PAGO	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
0				\$ 119.943.400,48
1	\$ 4.765.228,87	\$ 2.492.989,99	\$ 2.272.238,87	\$ 117.671.161,61
2	\$ 4.765.228,87	\$ 2.445.762,15	\$ 2.319.466,72	\$ 115.351.694,89
3	\$ 4.765.228,87	\$ 2.397.552,68	\$ 2.367.676,19	\$ 112.984.018,71
4	\$ 4.765.228,87	\$ 2.348.341,19	\$ 2.416.887,67	\$ 110.567.131,03
5	\$ 4.765.228,87	\$ 2.298.106,86	\$ 2.467.122,01	\$ 108.100.009,03
6	\$ 4.765.228,87	\$ 2.246.828,42	\$ 2.518.400,45	\$ 105.581.608,58
7	\$ 4.765.228,87	\$ 2.194.484,17	\$ 2.570.744,69	\$ 103.010.863,89
8	\$ 4.765.228,87	\$ 2.141.051,96	\$ 2.624.176,90	\$ 100.386.686,99
9	\$ 4.765.228,87	\$ 2.086.509,18	\$ 2.678.719,68	\$ 97.707.967,30
10	\$ 4.765.228,87	\$ 2.030.832,74	\$ 2.734.396,12	\$ 94.973.571,18
11	\$ 4.765.228,87	\$ 1.973.999,08	\$ 2.791.229,78	\$ 92.182.341,40
12	\$ 4.765.228,87	\$ 1.915.984,15	\$ 2.849.244,71	\$ 89.333.096,68
13	\$ 4.765.228,87	\$ 1.856.763,40	\$ 2.908.465,46	\$ 86.424.631,22
14	\$ 4.765.228,87	\$ 1.796.311,76	\$ 2.968.917,10	\$ 83.455.714,12
15	\$ 4.765.228,87	\$ 1.734.603,65	\$ 3.030.625,22	\$ 80.425.088,90
16	\$ 4.765.228,87	\$ 1.671.612,95	\$ 3.093.615,91	\$ 77.331.472,99
17	\$ 4.765.228,87	\$ 1.607.313,01	\$ 3.157.915,85	\$ 74.173.557,14
18	\$ 4.765.228,87	\$ 1.541.676,62	\$ 3.223.552,25	\$ 70.950.004,89
19	\$ 4.765.228,87	\$ 1.474.675,99	\$ 3.290.552,88	\$ 67.659.452,01
20	\$ 4.765.228,87	\$ 1.406.282,77	\$ 3.358.946,10	\$ 64.300.505,91
21	\$ 4.765.228,87	\$ 1.336.468,01	\$ 3.428.760,85	\$ 60.871.745,05
22	\$ 4.765.228,87	\$ 1.265.202,18	\$ 3.500.026,69	\$ 57.371.718,36
23	\$ 4.765.228,87	\$ 1.192.455,10	\$ 3.572.773,76	\$ 53.798.944,60
24	\$ 4.765.228,87	\$ 1.118.196,00	\$ 3.647.032,87	\$ 50.151.911,73
25	\$ 4.765.228,87	\$ 1.042.393,44	\$ 3.722.835,42	\$ 46.429.076,31
26	\$ 4.765.228,87	\$ 965.015,35	\$ 3.800.213,51	\$ 42.628.862,80
27	\$ 4.765.228,87	\$ 886.028,98	\$ 3.879.199,89	\$ 38.749.662,91
28	\$ 4.765.228,87	\$ 805.400,89	\$ 3.959.827,97	\$ 34.789.834,93
29	\$ 4.765.228,87	\$ 723.096,98	\$ 4.042.131,89	\$ 30.747.703,05
30	\$ 4.765.228,87	\$ 639.082,40	\$ 4.126.146,47	\$ 26.621.556,58

31	\$ 4.765.228,87	\$ 553.321,60	\$ 4.211.907,27	\$ 22.409.649,31
32	\$ 4.765.228,87	\$ 465.778,29	\$ 4.299.450,58	\$ 18.110.198,73
33	\$ 4.765.228,87	\$ 376.415,41	\$ 4.388.813,46	\$ 13.721.385,28
34	\$ 4.765.228,87	\$ 285.195,15	\$ 4.480.033,71	\$ 9.241.351,56
35	\$ 4.765.228,87	\$ 192.078,90	\$ 4.573.149,96	\$ 4.668.201,60
36	\$ 4.765.228,87	\$ 97.027,26	\$ 4.668.201,60	\$ 0,00

Con el total de la inversión propia y de un crédito bancario se cuenta con un total de 159.943.400 millones de pesos, los cuales serán el presupuesto requerido para la constitución de la academia.

9.6 Estado de resultados

El estado de resultados es una evaluación financiera que contiene los elementos fundamentales de una determinada actividad, en el caso que refiere a esta investigación se llevó a cabo esta evaluación con los datos acerca de las ventas que se proyectan con la puesta en marcha de la academia, que en un inicio tendrá la capacidad de atender a 480 estudiantes al año con un costo de 180.000 mensuales por persona, para la proyección de los siguientes 4 años se utilizó un incremento del 3% del precio para así obtener un monto supuesto en el periodo analizado.

Este ejercicio permitió conocer los montos por el concepto de costos de ventas el cual fue restado a los montos de las ventas anuales cuya diferencia corresponde a la utilidad bruta. Posterior a ello se procedió a relacionar los gastos administrativos y las ventas por cada año, los gastos fijos y la depreciación, estos últimos valores permitieron conocer el monto de la utilidad operativa para cada año. Por último, se colocaron los datos financieros para cada año, este valor fue restado de la utilidad operativa que se le realizó el descuento por los compromisos fiscales (impuestos) y así se pudo obtener la utilidad neta del negocio por los 5 años proyectados. Estos resultados se presentan a continuación:

Tabla 34

Estados de resultados

	Año	Año	Año	Año	Año
	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales por ventas	\$518.400.000	\$560.649.600	\$606.342.542	\$655.759.460	\$709.203.856
TOTAL INGRESOS	\$518.400.000	\$560.649.600	\$606.342.542	\$655.759.460	\$709.203.856
Mano de Obra Directa MOD	\$152.829.931	\$157.414.829	\$162.137.274	\$167.001.392	\$172.011.434
Costos Indirectos de P. S Fijos	\$51.165.000	\$52.699.950	\$54.280.949	\$55.909.377	\$57.586.658
Costos Indirectos de P. S Variables	\$4.089.600	\$4.294.080	\$4.508.784	\$4.734.223	\$4.970.934
COSTOS DE PRESTACION SERVICIO	\$208.084.531	\$214.408.859	\$220.927.006	\$227.644.992	\$234.569.026
UTILIDAD BRUTA	\$310.315.469	\$346.240.741	\$385.415.536	\$428.114.467	\$474.634.829
Gastos de Personal	\$111.532.761	\$114.878.743	\$118.325.106	\$121.874.859	\$125.531.105
Gastos de Administración	\$43.463.600	\$44.767.508	\$46.110.533	\$47.493.849	\$48.918.665
Gastos de Personal de Ventas	\$50.943.310	\$52.471.610	\$54.045.758	\$55.667.131	\$57.337.145
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$205.939.671	\$212.117.861	\$218.481.397	\$225.035.839	\$231.786.914
UTILIDAD OPERACIONAL	\$104.375.798	\$134.122.880	\$166.934.139	\$203.078.629	\$242.847.915
Gastos Financieros	\$26.572.443	\$18.001.561	\$7.030.835	\$0	\$0
Gravamen del 4 x 1.000	\$2.073.600	\$2.242.598	\$2.425.370	\$2.623.038	\$2.836.815
Otros Ingresos					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$75.729.755	\$113.878.720	\$157.477.934	\$200.455.591	\$240.011.100
Provisión para Impuestos	\$26.505.414	\$39.857.552	\$55.117.277	\$70.159.457	\$84.003.885
UTILIDAD NETA	\$49.224.341	\$74.021.168	\$102.360.657	\$130.296.134	\$156.007.215
RESERVAS	\$7.383.651	\$11.103.175	\$15.354.099	\$19.544.420	\$23.401.082
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$41.840.690	\$62.917.993	\$87.006.559	\$110.751.714	\$132.606.133

9.7 Estado de situación financiera

Una vez calculado el estado de resultados, en este análisis financiero se procedió a estimar los estados financieros, los mismos son reportes de la situación económica de la empresa. En este caso se desarrolló en balance general que contiene la información financiera de los activos y pasivo de la empresa.

Tabla 35*Balance general*

	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	0	1	2	3	4	5
Caja y Bancos	\$106.502.400	\$161.710.052	\$219.990.373	\$297.547.044	\$452.973.557	\$632.913.400
Total Activo Corriente	\$106.502.400	\$161.710.052	\$219.990.373	\$297.547.044	\$452.973.557	\$632.913.400
Terrenos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Construcciones	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Maquinaria y Equipo	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
Muebles y Enseres	\$31.710.000	\$31.710.000	\$31.710.000	\$31.710.000	\$31.710.000	\$31.710.000
Equipos de Oficina	\$10.200.000	\$10.200.000	\$10.200.000	\$10.200.000	\$10.200.000	\$10.200.000
Herramientas	\$3.825.000	\$3.825.000	\$3.825.000	\$3.825.000	\$3.825.000	\$3.825.000
Depreciación Acumulada	\$0	-\$9.747.000	-\$19.494.000	-\$29.241.000	-\$38.988.000	-\$48.735.000
Total Activo Fijo Neto	\$51.735.000	\$41.988.000	\$32.241.000	\$22.494.000	\$12.747.000	\$3.000.000
Inversión diferida	\$1.706.000	\$1.706.000	\$1.706.000	\$1.706.000	\$1.706.000	\$1.706.000
Amorización diferida		-\$341.200	-\$682.400	-\$1.023.600	-\$1.364.800	-\$1.706.000
Activo Diferido Neto	\$1.706.000	\$1.364.800	\$1.023.600	\$682.400	\$341.200	\$0
ACTIVO TOTAL	\$159.943.400	\$205.062.852	\$253.254.973	\$320.723.444	\$466.061.757	\$635.913.400
Obligaciones Financieras	\$30.610.304	\$39.181.185	\$50.151.912	\$0	\$0	\$0
Impuestos por pagar		\$26.505.414	\$39.857.552	\$55.117.277	\$70.159.457	\$84.003.885
Total Pasivo Corriente	\$30.610.304	\$65.686.599	\$90.009.464	\$55.117.277	\$70.159.457	\$84.003.885
Obligaciones de Largo Plazo	\$89.333.097	\$50.151.912	\$0	\$0	\$0	\$0
PASIVO TOTAL	\$119.943.400	\$115.838.511	\$90.009.464	\$55.117.277	\$70.159.457	\$84.003.885
Aportes Sociales	\$40.000.000	\$40.000.000	\$40.000.000	\$40.000.000	\$40.000.000	\$40.000.000
Utilidades Ejercicios Anteriores			\$41.840.690	\$104.758.683	\$191.765.242	\$302.516.955
Utilidades del Presente Ejercicio		\$41.840.690	\$62.917.993	\$87.006.559	\$110.751.714	\$132.606.133
Reservas (20% de las utilidades del ejercicio)		\$7.383.651	\$18.486.826	\$33.840.925	\$53.385.345	\$76.786.427
PATRIMONIO TOTAL	\$40.000.000	\$89.224.341	\$163.245.509	\$265.606.167	\$395.902.301	\$551.909.515
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$159.943.400	\$205.062.852	\$253.254.973	\$320.723.444	\$466.061.757	\$635.913.400
VERIFICACIÓN DE SALDOS	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

9.8 Flujo de caja**Tabla 36***Flujo de caja*

	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	0	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales		\$518.400.00	\$560.649.60	\$606.342.542	\$655.759.460	\$709.203.8
		0	0			56
Recuperación de Cartera						
Total de Ingresos Operacionales		\$518.400.00	\$560.649.60	\$606.342.542	\$655.759.460	\$709.203.8
		0	0			56
Pagos de Costos						
Pago de Mano de Obra Directa		\$152.829.93	\$157.414.82	\$162.137.274	\$167.001.392	\$172.011.4
		1	9			34
Pago Costos Indirectos Fijos		\$51.165.000	\$52.699.950	\$54.280.949	\$55.909.377	\$57.586.65
						8
Depreciaciones		-\$6.642.600	-\$6.642.600	-\$6.642.600	-\$6.642.600	-
						\$6.642.600
Pago Costos Indirectos Variables		\$4.089.600	\$4.294.080	\$4.508.784	\$4.734.223	\$4.970.934
Total Pagos de Costos Operacionales		\$201.441.93	\$207.766.25	\$214.284.406	\$221.002.392	\$227.926.4
		1	9			26
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO		\$316.958.06	\$352.883.34	\$392.058.136	\$434.757.067	\$481.277.4
		9	1			29
Pagos de Gastos						
Pago de Gastos de Administración		\$154.996.36	\$159.646.25	\$164.435.639	\$169.368.708	\$174.449.7
		1	1			69
Amortizaciones		-\$341.200	-\$341.200	-\$341.200	-\$341.200	-\$341.200
Depreciaciones		-\$3.104.400	-\$3.104.400	-\$3.104.400	-\$3.104.400	-
						\$3.104.400
Pago de Gastos de Ventas		\$50.943.310	\$52.471.610	\$54.045.758	\$55.667.131	\$57.337.14
						5
Pago de Impuestos			\$26.505.414	\$39.857.552	\$55.117.277	\$70.159.45
						7
Total Pago de Gastos Operacionales		\$202.494.07	\$235.177.67	\$254.893.349	\$276.707.516	\$298.500.7
		1	6			71
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO		\$114.463.99	\$117.705.66	\$137.164.787	\$158.049.552	\$182.776.6
		8	6			58
Inversiones						
Inversión Fija	\$51.735.000					
Inversión Diferida	\$1.706.000					

Inversión en Capital de Trabajo	\$106.502.40						
Total de Inversiones	\$159.943.40	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
FLUJO DE CAJA LIBRE	\$159.943.40	\$114.463.99	\$117.705.66	\$137.164.787	\$158.049.552	\$182.776.6	\$182.776.6
	0	8	6			58	58
Financiación							
Aportes de los socios	\$40.000.000						
Crédito Financiero	\$119.943.40						
Otras Fuentes							
Total Ingresos de Financiación	\$159.943.40	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Egresos de Financiación							
Abonos a capital		\$30.610.304	\$39.181.185	\$50.151.912	\$0	\$0	\$0
Pago de Intereses		\$26.572.443	\$18.001.561	\$7.030.835	\$0	\$0	\$0
Gravamen del 4 x 1.000		\$2.073.600	\$2.242.598	\$2.425.370	\$2.623.038	\$2.836.815	\$2.836.815
Pago de Utilidades							
Total Egresos de Financiación	\$0	\$59.256.346	\$59.425.345	\$59.608.117	\$2.623.038	\$2.836.815	\$2.836.815
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN	\$159.943.40	\$0	\$0	-\$59.608.117	-\$2.623.038	\$0	-\$2.836.815
FLUJO NETO DE CAJA	\$0	\$55.207.652	\$58.280.321	\$77.556.671	\$155.426.514	\$179.939.8	\$179.939.8
Flujo de caja del período	\$159.943.40	\$55.207.652	\$58.280.321	\$77.556.671	\$155.426.514	\$179.939.8	\$179.939.8
	0					43	43
Saldo anterior de Caja y Bancos		\$106.502.40	\$161.710.05	\$219.990.373	\$297.547.044	\$452.973.5	\$452.973.5
		0	2			57	57
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS	\$159.943.40	\$161.710.05	\$219.990.37	\$297.547.044	\$452.973.557	\$632.913.4	\$632.913.4
	0	2	3			00	00

9.9 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio muestra la cantidad de bienes o servicios que se deben comercializar para subsanar los costos mensuales de producción, de tal manera que la empresa sea rentable, colocando el costo de la mensualidad de 180.000 \$ se logró conocer que para la operatividad el punto de equilibrio es de 60 estudiantes, al observar la capacidad de atención (120 estudiantes por

hora de clase) se comprende que este punto de equilibrio es alcanzable. Esto puede observarse en la siguiente tabla:

Tabla 37

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	
Costos	\$ 10.900.000
Precio	\$ 180.000
Servicios a comercializar	60

9.10 Indicadores financieros TIR y VAN

9.10.1 Valor Actual neto

El modelo del valor actual neto (VAN), también conocido como el método de descuento de flujos ajustado por el riesgo, es uno de los métodos más difundidos en la literatura de evaluación de proyectos. Una de las razones que propicia su difusión es que provee un marco decisional sencillo en relación a la conveniencia financiera de los proyectos.

El VAN se puede explicar, cuando se hace una inversión, se recibe a lo largo de la vida de ésta un flujo de caja. El VAN mide el remanente después de restar, al flujo recibido en valor actual (flujo neto), la inversión y la tasa de descuento (el costo del dinero). Es decir, el VAN es el aumento de valor que aporta el proyecto a la empresa, después de haber realizado la alternativa escogida.

El concepto anterior refleja que el valor del proyecto se obtiene después de sacar la inversión y el costo oportunidad, esto deja de manifiesto que, a mayor tasa de descuento, menor VAN. Sapag y Sapag (1991) señalan que para la evaluación del este criterio se debe comparar el valor obtenido del VAN con el valor 0, si el resultado es mayor o igual al parámetro, entonces el proyecto debe aceptarse, ya que, esto es un indicativo de la diferencia entre los egresos e ingresos.

La razón por la que si el VAN es cero se acepta la realización del proyecto, es porque ello significa que el proyecto reporta lo que se invirtió más lo que se ganaba al costo de oportunidad o lo que paga por el dinero (el costo del dinero). Mientras que un VAN mayor a cero, como en efecto lo fue en el ejemplo anterior, significa que el proyecto le devolverá su inversión, el costo de los fondos invertidos y una cantidad adicional. En el caso de un resultado negativo significaría que el proyecto no alcanza a cubrir el valor invertido más el costo del dinero (tasa de descuento).

Para conocer el valor del VAN del presente proyecto de investigación se aplicó la siguiente formula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

$$VAN = \$ 287.427.612$$

9.10.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es otro de los métodos, junto con el VAN y el PayBack, más utilizado por las empresas. Posee la ventaja de ser fácil de visualizar de manera intuitiva. La TIR es una medida porcentual de la magnitud de los beneficios que le reporta un proyecto a un inversionista. A este método también se le denomina tasa interna de rendimiento, tasa de rendimiento descontado o método de inversionista.

El objetivo es encontrar una tasa que, al ser aplicada a los flujos de caja que generará el proyecto durante su vida útil, dé un monto igual a la inversión inicial. Esto implica tener un VAN igual a cero.

Para entender este concepto conviene regresar al concepto de VAN. Se dijo que, el descuento de flujos ajustado por el riesgo, representa el valor remanente que queda de los flujos de caja, después de que se ha descontado la inversión y el interés (costo de capital) que debe pagar el

proyecto a la empresa. Este cálculo se realiza fijando una tasa de descuento, de modo que un VAN positivo indica que el inversionista recibe del proyecto su inversión, su tasa de costo de capital y una cantidad adicional. La tasa y la cantidad adicional que recibe el inversionista son la totalidad de los beneficios que le reporta el proyecto. De modo que, cuando el VAN es igual a cero, la tasa a la cual esto ocurre es una medida de la totalidad de los beneficios que produce la inversión mientras esos recursos se encuentran invertidos en ese proyecto. A esta tasa se le denomina tasa interna de rentabilidad (TIR).

Igual que el VAN, la TIR es un modelo matemático y normativo que se utiliza para tomar la decisión sobre la aceptación o el rechazo de un proyecto, en este caso para la comprensión del valor se hará uso de lo expuesto por Bierman Y Seymour (1986):

Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, se debe aceptar.

Si la TIR es igual a la tasa de descuento, se debe aceptar.

Si la TIR es menor que la tasa de descuento, se debe rechazar.

La TIR puede usarse para aceptar o rechazar alternativas, pero no para seleccionarlás. Esto quiere decir que una alternativa con mayor TIR que otra no necesariamente es la mejor (Ross, 2016). Para el cálculo de dicho valor se hizo uso de la siguiente formula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

TIR= 73,73%

La evaluación financiera, permitió identificar un VAN positivo, lo cual, muestra mediante la simulación del proyecto que se obtendrán las rentabilidades ya que el VAN es mayor a la tasa de oportunidad financiera del mercado. Al analizar la TIR es de 73,73% por lo que el proyecto es viable, ya que la tasa de descuento es del 28% y el resultado es mayor que dicha tasa. El cálculo

de estos dos valores indica que existe una viabilidad económica para la constitución de la empresa, con la seguridad de recuperar la inversión inicial, generar ganancias y la posibilidad de expandirse en el mercado.

10. Direccionamiento Estratégico

10.1 Modelo CANVAS

Figura 40

Modelo canvas academia de idiomas



10.2 Nombre y logo

Figura 41

Logo



Eslogan: inglés inteligentemente múltiple

11. Conclusiones

El proceso realizado para el desarrollo del plan de negocios para el establecimiento de la academia de enseñanza del idioma inglés con la adaptación de las metodologías de las inteligencias múltiples de Gardner permitió recolectar la información necesaria para determinar la viabilidad del negocio. Las conclusiones obtenidas se presentan a continuación:

El macro y micro entorno presentan elementos favorables y desfavorables para el establecimiento de la academia, por ello, es necesario que dentro de la planeación estratégica de la empresa por constituir se formulen acciones que permitan su mitigación o aprovechamiento.

El estudio de mercados permitió validar que existen las condiciones de aceptabilidad de la idea de negocio que se propone, por ello, la academia debe adaptar los precios a las disponibilidades económicas que indicaron los participantes en el estudio, además se pudo comprobar que en el mercado el manejo y dominio del inglés es una necesidad para un mejor crecimiento y desarrollo laboral.

El plan de mercado que se diseñó permitió trazar la estrategia para los primeros meses de creación de la academia de idiomas, enfocado en los colegios monolingües de Floridablanca, con el objetivo de captar un mayor número de clientes, por ello se concluye que con la implementación de este plan la academia podrá tener un acercamiento más efectivo con su mercado objetivo.

Con el desarrollo del análisis técnico se pudieron desarrollar las fichas técnicas de los servicios de la enseñanza del inglés, así como también los requerimientos técnicos para la creación de la academia, esto permitió concluir que desde los aspectos técnicos es viable el establecimiento de esta idea de negocio.

El análisis organizacional permitió definir las diferentes funciones y roles de la fuerza laboral de la academia de idiomas, concluyéndose que la academia debe ejecutar sus funciones a través de la estructura organizativa definida.

El estudio legal permitió identificar los requerimientos técnicos de la organización, concluyéndose que se deben cumplir con los requisitos básicos de la Ley para el establecimiento de este tipo de empresas.

El estudio financiero realizado demuestra que el establecimiento de la academia es rentable, los indicadores calculados VAN y TIR demostraron que en términos económicos se debe aceptar el negocio debido a que se generaran utilidades por el establecimiento de la academia.

El análisis estratégico realizado permitió identificar la cadena de valor de la academia, concluyéndose que la aplicabilidad de este plan de negocio será viable y favorece al alcance del éxito organizacional.

Referencias Bibliográficas

- Aldana, F. y Torres, M. (2017). Estudio de viabilidad para la puesta en marcha de una academia de inglés en el municipio de Pasca. <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/865/ESTUDIO%20DE%20VIABILIDAD%20PARA%20LA%20PUESTA%20EN%20MARCHA%20DE%20UNA%20ACADEMIA%20DE%20INGLES%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20PASCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcaldía de Bucaramanga (2023). Informe de gestión I Trimestre 2023. <https://www.bucaramanga.gov.co/wp-content/uploads/2023/04/Primer-Informe-gestion-SEB-2023-Firmado.pdf>
- Alcaldía de Bucaramanga (2022). ¡No se deje engañar! Estas son las instituciones con programas en idiomas legalmente constituidos. <https://www.bucaramanga.gov.co/noticias/no-se-deje-enganar-estas-son-las-instituciones-con-programas-en-idiomasy-legalmente-constituidos/>
- Avendaño, William R., Rueda, Gerson, & García, Orlando. (2022). Dominio del inglés frente al proyecto de vida: percepciones de estudiantes universitarios. *Formación universitaria*, 15(3), 97-106. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000300097>
- Belmonte, M. y Belmonte, I. (2021). La era del bilingüismo educativo. Dilemas contemporáneos: educación, política y valores, 8(2), 00023. Epub 21 de abril de 2021. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i2.2533>
- Corficolombiana. (2023). Informe Coyuntura Sectorial. <https://investigaciones.corficolombiana.com/documents/38211/0/Informe%20coyuntura%20sectorial%2006-02-2023.pdf/e425e1a1-0a31-cc9e-12db-9bf5c8f3b260>
- Dayni Palacios Molina, Walter Villamarin Villota, Wagner Villafuerte y Analia Molina Quiroz (2019): “Dominio del idioma inglés y su influencia en la competitividad de las empresas de la

provincia de Manabí – Ecuador”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (diciembre 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/12/ingles-competitividad-empresas.html>

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2023). Encuesta Mensual de Servicios (EMS).

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_febrero_2023.pdf

Departamento Administrativo Nacional. (2023). Producto Interno Bruto (PIB) nacional trimestral. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/bol-PIB-IItrim2023.pdf>

Departamento Administrativo Nacional. (2023). Estadísticas nacionales. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>

Departamento Administrativo Nacional. (2023). Producto Interno Bruto (PIB) departamental. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/PIB/departamental/bol-PIBDep-2022pr.pdf>

Departamento Administrativo Nacional. (2023). Cuentas nacionales <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

Departamento Administrativo Nacional. (2023). Indicadores nacionales. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/indicador-de-seguimiento-a-la-economia-ise>

Departamento Administrativo Nacional. (2023). Indicador de Seguimiento a la Economía (ISE) Junio de 2023 pr. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-jun2023.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (2023). Fuerza laboral y educación 2022. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHFLE-2022.pdf>

Departamento Administrativo Nacional. (2022). La información del DANE en la toma de decisiones regionales Bucaramanga – Santander.

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/210204-InfoDane-Bucaramanga-Santander.pdf>

Echeverri, M. (2019). El papel del dominio del inglés como segunda lengua en la Competitividad de los países

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/15339/Camilo_Vargas_MariaCristina_Echeverri_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Gardner, H. (2016). Estructuras de la mente: La teoría de las inteligencias múltiples. Digitalia Hispanica.

Gonzalez, C. L. (2017). Plan de empresa para una academia de idiomas. Alboraya. Obtenido de

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/89838/L%C3%93PEZ%20-%20Plan%20de%20Empresa%20para%20una%20academia%20de%20idiomas.pdf?sequence=1>

Jijon, V. R. (2009). Plan de negocio para la implementación de una empresa dedicada al servicio de enseñanza del idioma inglés para instituciones educativas secundarias privadas.

Obtenido de [https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4198/1/UDLA-EC-TINI-2009-06\(S\).pdf](https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4198/1/UDLA-EC-TINI-2009-06(S).pdf)

Jimenez, A. (2015). El uso de las TIC en la enseñanza del inglés: El caso de la Escuela de Inglés, Universidad de Panamá. Acción y reflexión educativa. Obtenido de

<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/226/2261046002/html/#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20de%20la%20tecnolog%C3%ADa,aut%C3%A9nticos%20para%20promover%20la%20comunicaci%C3%B3n%E2%80%9D>

- Luna, S. (2010). Requisitos para la creación y funcionamiento de instituciones y programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano de carácter privado de acuerdo con los consagrado en el decreto 4904 de 2009. Ministerio de Educación Nacional. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-237712_archivo_pdf_aspectos_propuesta_IETDH.pdf
- López, C. (2017). Plan de empresa para una academia de idiomas. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/89838/L%C3%93PEZ%20-%20Plan%20de%20Empresa%20para%20una%20academia%20de%20idiomas.pdf>
- Ministerio de Educación Nacional. (2022). Programa nacional de bilingüismo. <https://educacionrindecuentas.mineducacion.gov.co/pilar-1-educacion-de-calidad/programa-nacional-de-bilinguismo/>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2023). Sector de servicios obtuvo mejores ingresos y salarios en febrero de 2023. <https://www.mincit.gov.co/prensa/foto-noticias/sector-servicios-mejores-ingresos-febrero-2023>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2023). Servicios. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/sector-servicios-cerro-marzo-con-mas-ocupados>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2023). Comportamiento del sector terciario. <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1c8db89b-efed-46ec-b2a1-56513399bd09/Colombia.aspx#:~:text=El%20sector%20terciario%20represent%C3%B3%20el,de%20la%20din%C3%A1mica%20del%20turismo.>
- Miranda, I. & Fajardo, A. (2022). Políticas de bilingüismo: reconfiguración discursiva del concepto de nación y ciudadano bilingües. Cuadernos de Lingüística Hispánica, (39), 1. Epub February 18, 2023. <https://doi.org/10.19053/0121053x.n39.2022.11739>

- Oroza, R. y Puente, Y. (2017). Migración y comunicación: su relación en el actual mundo globalizado. *Revista Novedades en Población*, 13(25), 10-16.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1817-40782017000100002&lng=es&tlng=es.
- Perdomo, B. (2014). Plan de negocios y estratégico para la estructuración y puesta en marcha de una empresa de capacitación en el idioma inglés.
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5832/tesis10.pdf?sequence=3>
- Pérez, R., Sardiñas, J., & Oliva, Y. (2022). Desarrollo de habilidades comunicativas en idioma inglés desde una concepción lingüístico-metodológica. *EduSol*, 22(80), 96-111. Epub 20 de julio de 2022. Recuperado en 17 de agosto de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-80912022000300096&lng=es&tlng=es.
- Porter, M. (2008). *Ser competitivo*. Harvard Business Press. Obtenido de https://pladlibroscl0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf
- Rodriguez, D. (24 de Noviembre de 2022). Colombia sigue sin aprobar el nivel de ingles. Portafolio. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-sigue-sin-aprobar-el-nivel-de-ingles-574614>
- Rosales, M. (2021). REFLEXIÓN SOBRE EL DISEÑO INTERIOR EN ESPACIOS EDUCATIVOS A PARTIR DE LAS INTELIGENCIAS MÚLTIPLES DE GARDNER. Universidad del Azuay. Obtenido de <https://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/daya/article/view/457>
- Silva, D. d. (5 de Abril de 2022). ¿Qué es el modelo Canvas? Tu plan de negocios paso a paso. Zendesk. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>

Soncco, R. (2022). Aprendizaje móvil y las competencias del idioma inglés en la educación superior. *Comuni@cción*, 13(2), 138-148. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.13.2.571>

Torres-Zapata, Ángel Esteban, Brito-Cruz, Teresa del Jesús, & Villanueva-Echavarría, José Rafael. (2021). Dominio del idioma inglés en estudiantes de nuevo ingreso universitario: información para la toma de decisiones. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22), e071. Epub 20 de septiembre de 2021. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.949>