

Language Home Salento: Un análisis estratégico para lograr un mayor alcance a nivel nacional e internacional.

Manuel Alejandro Hurtado Saba

Especialización Gestión para el Desarrollo Empresarial, Universidad Santo Tomas

Juan Carlos Olaya Molano

2024

Language home Salento: un análisis estratégico para lograr un mayor alcance a nivel nacional e internacional.

AUTOR

MANUEL ALEJANDRO HURTADO SABA

Presentado para optar por el título de: Especialista en Gestión para el Desarrollo
Empresarial

ASESOR

JUAN CARLOS OLAYA MOLANO

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA

ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

Armenia Quindío

2024

TITULO

Language home Salento: un análisis estratégico para lograr un mayor alcance a nivel nacional e internacional.

Tabla de contenido

Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción.....	12
Línea de innovación.....	14
Planteamiento del problema	15
Formulación del problema	15
Pregunta problema	17
Objetivos.....	18
Objetivo general.....	18
Objetivos específicos	18
Justificación.....	19
Cronograma	21
Análisis del entorno	22
Macroentorno	22
Microentorno.....	30
Entorno Misional.....	30
Entorno Estratégico.....	33
Diagnostico organizacional	36
Aplicación de Herramientas Diagnosticas.....	36
Sensibilización y Aceptación al Cambio.....	38
Propuesta solución.....	41

Estructura Organizacional.....	50
Tipo de Sociedad.....	51
Permisos y licencias.....	52
Aspectos y normatividad ambiental.....	53
Conclusiones.....	54
Recomendaciones.....	55
Referencias.....	57
Anexos.....	59

Tablas

Cronograma de Actividades	20
Temporada Baja.....	25
Temporada Alta	26
Flujo Vehicular Salento	28
Matriz MEFI.....	36
Matriz MEFE	38
Variables.....	39
Propuesta Solución	41
Estrategias.....	43
Factor a Evaluar.....	44
Propuesta 1	46
Propuesta 2	47
Propuesta 3	48
Cargos dentro de la empresa Language Home Salento	50
Nuevo cargo dentro de empresa Language Home Salento.....	51

Tabla de Figuras

Ubicación Geográfica de Salento	19
Registro de Empresas en Salento.....	27
Registro de Empresas en Salento.....	27

Tabla de Graficas

Evolución de los estudiantes de Español en el mundo	16
---	----

Tabla de Anexos

Flujo de caja Language Home Salento 2023	59
Estados financieros Language Home Salento 2023	60

1. RESUMEN

El presente documento refleja un análisis de la Empresa Language Home Salento, la cual se encuentra ubicada en el municipio de Salento (Quindío), esta se encarga de ofertar clases de Español e Inglés tanto de manera presencial como virtual a los lugareños y extranjeros, ya que este municipio es un sector importante del turismo dentro del departamento, por cuanto el municipio presenta un gran ejemplo de la cultura de la región y además, se encuentra a pocos minutos del parque natural valle del cocora y es punto de entrada para realizar diferentes actividades naturales como lo es el nevado del Ruíz entre otros.

Así las cosas, la investigación tiene el objetivo de determinar estrategias a través de una propuesta solución que le permitan a la empresa un mayor alcance a nivel nacional e internacional, debido a que el tamaño del municipio obliga a la empresa a buscar más clientes en otros sectores del mundo determinando a través de mercadotecnia las mejores plataformas y estrategias para lograr un mejor posicionamiento a nivel nacional e internacional para la empresa.

PALABRAS CLAVE

Consultoría empresarial – estrategia – mercadotecnia – identidad comercial

ABSTRACT

This document reflects an analysis of the company Language Home Salento, which is located in the municipality of Salento Quindío, which is responsible for offering Spanish and English classes both in person and virtually to locals and foreigners, since this municipality is an important sector of tourism within the department. The municipality presents a great example of the culture of the region and is also located a few minutes from the Natural Park cocora valley, it is an entry point for different natural activities such as the snow-capped mountain of Ruíz, among others.

The research aims to determine strategies that allow the company a greater reach at a national and international level, because the size of the municipality forces the company to look for more customers in other sectors of the world, determining through marketing the best platforms and strategies to achieve a better positioning at the national level.

KEYWORDS

Business consulting – strategy – marketing – commercial identity

2. INTRODUCCIÓN

En el siguiente documento se analizara la empresa Language Home Salento, la cual se centra en la prestación de servicios de idiomas principalmente Español e Inglés; esta Mi Pyme tiene seis empleados y se creó en el año 2018 lo que la convierte en una empresa con corta trayectoria en el mercado, sin embargo, cuenta con una gran acogida por la población del municipio de Salento Quindío, ya que, esta compañía es actualmente la única academia de idiomas dentro de esta zona urbana, lo que la convierte en una empresa monopólica en este segmento de mercado.

Por esto se realiza un proceso de consultoría, el cual surge como una herramienta para las empresas, debido a que la “complejización de los mercados y la necesidad inaplazable de aumentar sus niveles de competitividad, hacen de estos servicios, un paquete oportuno para agregar valor a los negocios” (Contreras & Andrea, 2020, pág. 3). Así las cosas, en el primer capítulo se encontrará un breve resumen del documento, en el segundo capítulo se presenta la introducción, para el tercer capítulo se muestra la línea de innovación, la cual es en mercadotecnia, En el capítulo cuatro evidenciará el planteamiento del problema donde se destaca la importancia que tiene para la empresa el flujo constante de turistas extranjeros, seguidamente en el capítulo cinco se encuentra el objetivo general y los objetivos específicos de esta investigación, en la parte seis se encuentra la justificación, para el capítulo siete se presenta el cronograma de trabajo de la presente investigación, ya en lo que respecta a la sección ocho se observara el análisis del sector, en donde se encontrara tanto el análisis del macro entorno donde se podrán evidenciar el análisis demográfico, político, económico, social, tecnológico; así mismo se presenta el micro entorno el cual incluye la misión, visión

y el entorno estratégico de la empresa; ya para el capítulo nueve se encontrara el diagnostico organizacional de la institución, ya en lo que respecta al capítulo diez se hallara la propuesta solución y finalmente para el capítulo once la presente investigación culmina con las conclusiones y recomendaciones respectivas para este documento.

Por lo anterior, esta compañía busca ampliar su participación en el mercado nacional e internacional, para de esta forma fortalecer su crecimiento y desarrollo, aprovechando el desarrollo y la visión económica del municipio de Salento, por medio del ya mencionado análisis del micro y macroentorno relacionados directamente con el deber ser de la empresa.

3. LINEA DE INNOVACIÓN

El presente proyecto cuenta con una línea de innovación de mercadotecnia, la cual refiere a “la puesta en marcha de nuevas técnicas, métodos o planes que impliquen nuevas o mejoras significativas de: estrategias, posicionamiento o segmentación; de comercialización, distribución o venta; de comunicación, promoción o publicidad; de políticas de fijación de precio” (Rodríguez, Rueda, & Lozano, 2020, p. 7).

Teniendo claro esto, Oslo la define como “Las actividades de marketing y valor de marca incluyen estudios de mercado y pruebas de mercado, métodos para la fijación de precios, la colocación de productos y la promoción de productos; publicidad de productos, la promoción de productos en ferias o exposiciones y desarrollo de estrategias” (OECD, European Union, 2018, pág. 88)

Esta aplicación de innovación se realiza debido a que para la empresa objeto de estudio, se ayudara a mejorar su posicionamiento en el mercado a través de diversas plataformas con la finalidad de aumentar su base de clientes logrando promover sus servicios tanto en el ámbito nacional como internacional.

Lo anterior a través del mercadeo estratégico, el cual es una sublínea del mercadeo que a través de la “aplicación de principios y técnicas de mercadeo para lograr los objetivos a largo plazo de una organización, teniendo en cuenta las diferentes necesidades que tiene la compañía” (NUC UNIVERSITY, 2024), así como también su capacidad de adaptación a diferentes procesos productivos que permitan una mayor visibilidad al momento de la prestación del servicio.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

4.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Debido al tamaño del municipio de Salento (Quindío) y partiendo de la visión económica para el mismo, la cual depende en gran parte del sector terciario esencialmente del turismo, se hace necesario la prestación de un servicio adecuado de idiomas, ya que, gran parte de este turismo corresponde a jóvenes y adultos extranjeros; sin embargo, el crecimiento de una empresa dedicada a la prestación de este servicio en esta zona, se ve limitada debido a la poca población que reside en este lugar; motivo por el cual, la expansión hacia la prestación de estos servicios de manera digital u online se hacen necesarios en la empresa Language Home Salento, por cuanto el flujo de estudiantes en gran medida se da según la cantidad de viajeros que se encuentren vacacionando en este paraíso cafetero. Lo anterior convierte al municipio de Salento en un municipio estacional; esto quiere decir, que la afluencia de personas visitando este lugar en gran medida va a depender de las temporadas de vacaciones o por climas extremos, lo cual denota las diferentes dinámicas económicas presentadas allí.

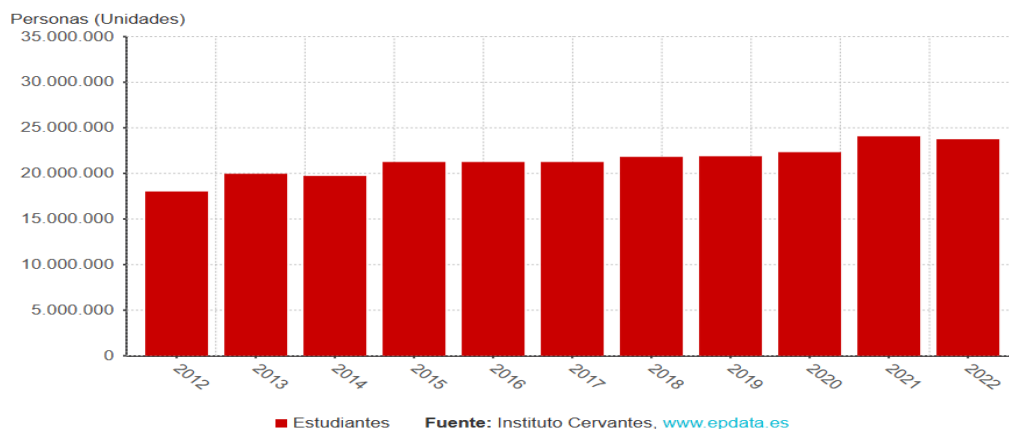
Por lo anterior, se observa la dificultad como pequeña empresa de generar un gran posicionamiento a nivel internacional y competir con grandes empresas en todo el mundo en la rama de lenguas, por lo cual, el que más personas en diferentes partes del mundo conozcan la empresa y sus beneficios se hace más complejo, así mismo el no tener la liquidez con la que cuentan las grandes compañías también impide este proceso; así mismo, la necesidad de

ampliar más la base de estudiantes propios del municipio pueden generar un mayor grado de tranquilidad a las finanzas y el crecimiento de la empresa bajo la necesidad de que al aprender la segunda lengua le pueden brindar a los turistas extranjeros un servicio mucho más favorable para ellos permitiéndoles llevarse una mejor impresión del municipio y a su vez ampliando las bases de conocimiento de los lugareños permitiéndoles acceder a diferentes oportunidades en relación a la expansión de negocios o adquisición de nuevos .

Ahora bien, en concordancia con lo inmediatamente anterior se presenta que Colombia para el 2015 según el índice de aptitudes en Inglés (EF EPI) se encuentra como uno de los países con el dominio más bajo en esta lengua, donde se indica según un informe realizado por el “Departamento Nacional de Planeación (DNP) que de 1,2 millones de colombianos que hablan inglés, solo el 54 % está certificado”. (Portafolio,2015). En lo que respecta al habla de la lengua española en el mundo, se presenta la gráfica 1.

Grafica 1.

Evolución de los estudiantes de español en el mundo



Fuente: Instituto cervantes (2022)

Esto implica una gran oportunidad para expandir los servicios prestados por la empresa, tanto en el idioma inglés como lengua universal como para el español, ya que, según datos del instituto cervantes (2022) esta es la segunda lengua nativa más hablada en el mundo implicando un alto grado de relevancia en los años futuros.

4.2.PREGUNTA PROBLEMA

Por medio de estrategias de marketing estratégico se plantea la siguiente pregunta

¿Qué estrategias de mercadeo debe emplear la empresa Language Home Salento para obtener un mayor flujo de estudiantes nacionales e internacionales?

5. OBJETIVOS

5.1.OBJETIVO GENERAL

Determinar que estrategias de mercadeo debe utilizar la empresa Language Home Salento para obtener un mayor flujo de estudiantes nacionales e internacionales.

5.2.OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Establecer la forma de lograr una mayor visibilidad como empresa a nivel nacional e internacional que les permitan tener un mayor flujo de estudiantes durante todo el año
2. Identificar cuáles son las plataformas más utilizadas por los viajeros nacionales e internacionales para encontrar academias de lenguajes.
3. Realizar una estrategia de marketing digital que le genere alcance a la empresa a nivel internacional

6. JUSTIFICACIÓN O ALCANCE

El municipio de Salento pertenece al departamento del Quindío y según las estimaciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) por medio del Censo nacional de población y vivienda del 2018 (CNPV) para el 2023 este cuenta con una población de 9.748 personas, de las cuales en la cabecera municipal se encuentran 4.184 personas y en los centros poblados y rurales dispersos se encuentran 5.564 personas. Este municipio concibe su sector productivo según lo expresa la cámara de comercio (2020) principalmente a base de actividades de comercio con un 28% y servicios con un 64%, (Pág. 10) donde para este último sus atractivos turísticos son los motores y principales dinamizadores de esta economía.

Por lo anterior, es que surge la necesidad de instituciones que presten el servicio de traductores o profesores de idiomas debido a que en este lugar gran parte de los turistas son extranjeros, motivo por el cual, la empresa Language Home Salento tiene un gran grado de importancia dentro del municipio de Salento Quindío, ya que, esta presta todas las facilidades para que los clientes tanto extranjeros como locales puedan acceder al servicio de idiomas de la mejor manera posible. Sin embargo, la cantidad de estudiantes de esta empresa depende en gran parte de la cantidad de viajeros que se presentan en este lugar, por cuanto, al ser el municipio de Salento un lugar de gran afluencia de extranjeros jóvenes principalmente, son estos quienes consumen en gran medida las clases de español, aprovechando la gran hospitalidad y facilidad para adquirir el servicio de la compañía Language Home Salento,

con la finalidad de hacer mucho más sencilla su estancia, dado que, gran parte de los lugareños no hablan otros idiomas con facilidad.

Así las cosas, la necesidad de identificar y realizar estrategias pertinentes que le permitan a la empresa objeto de estudio continuar con su crecimiento y desarrollo local, nacional y en el extranjero mientras esta vaya encaminada con la misión y la visión de esta. En este sentido para los lugareños la adquisición de una segunda lengua les podrá ampliar el campo laboral, y para los extranjeros esto les permitirá obtener una mejor experiencia cultural de todos los países hispanohablantes ayudándoles a un mayor y más rápido entendimiento con las personas locales, lo mismo sucedería para los comerciantes de estos municipios.

Dado lo anterior, el hablar inglés por parte de los propios de Salento, abrirá la posibilidad de colaborar con empresas extranjeras y llegar a acuerdos de turismo importantes para la economía de este municipio, por lo que las ofertas laborales y el crecimiento del turismo son gran aliciente para el estudio de esta lengua logrando que la cultura de este territorio sea mayor y enriquezca los servicios prestados allí; por otra parte a los turistas optar por aprender Español se les puede hacer más amena no solo la estadía dentro de este lugar, sino también la mayoría de los países de habla hispana; debido a que varios de estos turistas realizan excursiones no solo a Colombia sino también a varios países latinoamericanos aprovechando la proximidad a los mismos.

7.Cronograma de plan de trabajo

Tabla 1

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	sep-23	oct-23	nov-23	dic-23	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	May-24	Jun-24
Resumen										
introducción										
Línea de innovación										
Planteamiento del problema										
Objetivos										
Justificación										
Análisis del Entorno										
Diagnostico Organizacional										

Fuente: Elaboración propia

8. Análisis de Entornos / Sector

8.1. Análisis del Macroentorno

Para poder afrontar las diversas situaciones que pudiesen llegar a afectar a la empresa Lenguaje Home Salento en su entorno macroeconómico, es indiscutible determinar los aspectos: demográfico, políticos, económicos, sociales y tecnológicos que pudiesen llegar a perjudicar la estabilidad de la empresa en el tiempo.

8.1.1. Demográfico:

El departamento del Quindío, según las estimaciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) por medio del Censo nacional de población y vivienda del 2018 (CNPV) para el 2023 cuenta con una población de 563.076 habitantes, así mismo el municipio de Salento lugar donde se encuentra ubicada la empresa Language Home cuenta con una población de 9.748 personas, de las cuales en la cabecera municipal se encuentran 4.184 personas y en los centros poblados y rurales dispersos se encuentran 5.564 personas, esto denota la población objetivo a la cual puede acceder esta empresa en un primer momento.

El municipio de Salento presenta características demográficas de “alturas que van desde los 1300 msnm, aproximadamente en la parte baja y hasta los 4750 msnm en los farallones nevadas del Quindío. La diferencia de altura sobre el nivel del mar da origen a tres pisos térmicos: medio, frío y páramo”. (Gobernación del Quindío, 2016)

A continuación, se presenta la ubicación en la figura 1

Figura 1

Ubicación geográfica de Salento



Fuente: Gobernación del Quindío

Ahora bien, teniendo presente que este municipio se encuentra a tan solo 25 minutos del Valle del Cocora y este es considerado un espacio “perfecto para los deportes de aventura como las excursiones y para la práctica de deportes extremos como el ciclo montañismo”(Rutas del paisaje cultural cafetero 2015); además de ser el lugar del cultivo de palma de cera, lo que lo convierte en un escenario único para el turismo, donde se puede observar tanto afluencia de turistas propios del país como también gran cantidad de extranjeros.

8.1.2. Políticos

En lo que respecta a los aspectos políticos, se encuentran las leyes que rigen y regulan la prestación del servicio en el campo del lenguaje:

Según el ministerio de educación las normativas sobre las entidades prestadoras de servicios indican la Ley 115 de febrero 8 de 1994 “señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad” (Mineducación, 1994).

Decreto 1860 de 1994. Por el cual se reglamenta la Ley 115 de 1994:

“Describe las etapas a cumplir en el proceso de modificación del PEI, aspecto necesario para la articulación del Modelo dentro del proceso de institucionalización. Como es sabido, los estudiantes de los MEF adquieren iguales derechos académicos y administrativos a los de los estudiantes del aula regular; y esta norma contiene las disposiciones vigentes sobre currículo, plan de estudios, diplomas y certificados académicos, manual de convivencia, y estructura y contenido del PEI, entre otros”. (Mineducación, 1994).

Decreto No. 3870 2 de noviembre de 2006: “Por medio del cual se reglamenta la organización y funcionamiento de los programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano en el área de idiomas y se establecen las condiciones mínimas de calidad” (Mineducación, 2006).

Decreto No. 4904 de diciembre 16 de 2009. “Por el cual se reglamenta la organización, oferta y funcionamiento de la prestación del servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano y se dictan otras disposiciones” (Mineducación, 2009).

8.1.3. Económicos

Debido a las dinámicas económicas del mundo y del país hoy en día, la importancia de aprender una segunda lengua es imprescindible para el desarrollo económico de las personas dentro de esta sociedad, ya que, esta nueva adquisición les permite a los individuos poder acceder a diferentes oportunidades laborales a nivel local, nacional e internacional.

Así mismo, dada la economía del municipio donde se encuentra ubicada Language home Salento, y que estas son basadas en el comercio y el turismo, es importante tener presente que las finanzas de este municipio dependen mucho de las temporadas y por consiguiente los ingresos de la empresa en cuestión también se ven afectados o beneficiados según las mismas.

Según la cámara de comercio de la ciudad de Armenia capital del departamento del Quindío los ingresos medios para este municipio varían de la siguiente forma

Temporada baja: tabla 2

Tabla 2

Promedio de Ingresos	% del total
Menos de 2 millones	44%
Entre 2 y 7 millones	38%
Entre 8 y 15 millones	12%
Mas de 15 millones	6%

Fuente: Cámara de comercio Armenia 2020

Temporada alta: tabla 3**Tabla 3**

Promedio de Ingresos	% del total
Menos de 3 millones	26%
Entre 4 y 8 millones	30%
Entre 9 y 15 millones	28%
Entre 16 y 22 millones	7%
Mas de 22 millones	9%

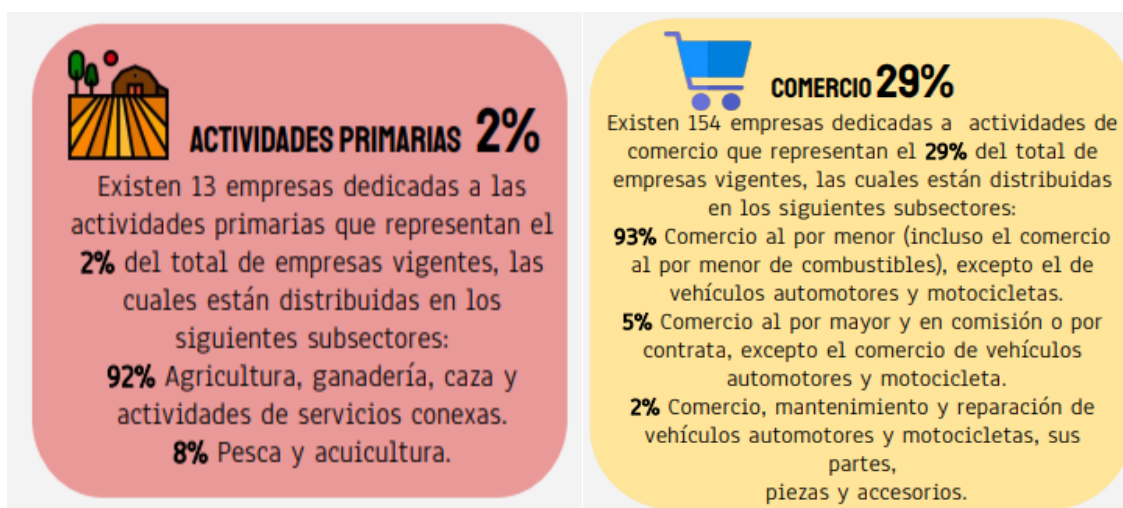
Fuente: Cámara de comercio Armenia 2020

Basados en la información proporcionada en la tabla 2 y la tabla 3, es claro que las finanzas del municipio de Salento Quindío tienen claras tendencias a la estacionalidad, esto debido a que este es uno de los principales paraderos turísticos dentro del occidente colombiano, lo que implica que las temporadas altas son de especial cuidado para promover las finanzas de este lugar.

Adicionalmente, en este municipio al 2020 se encuentran registradas 537 empresas vigentes pertenecientes a los siguientes sectores según datos de cámara de comercio armenia 2020. Estas se encuentran en la figura 2 y figura 3.

Figura 2

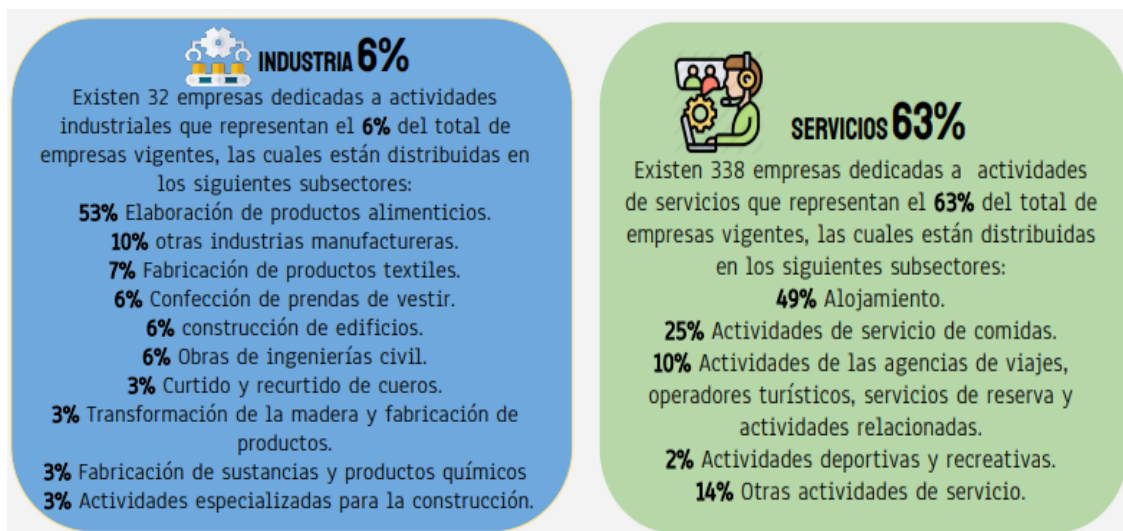
Registro de empresas en Salento



Fuente: Cámara de comercio Armenia 2020

Figura 3

Registro de empresas en Salento



Fuente: Cámara de comercio Armenia 2020

Por lo anterior y en concordancia con lo expuesto anteriormente, se observa que la economía del municipio tiene un enfoque claro determinado por el sector terciario; es decir, comercio y servicios ocupando el 92% de la economía de este lugar y dejando muy poco espacio a la industria y las actividades primarias. Esto debido a sus grandes atractivos turísticos que han impulsado a la comunidad de este municipio a sacar provecho de las ventajas naturales que tienen a su alrededor.

8.1.4. Social

El municipio de Salento pese a ser un municipio pequeño, se ha caracterizado por atraer en una gran cantidad al turismo local, nacional e internacional; esto implica un mayor flujo vehicular dentro del perímetro urbano como se observa en la tabla 4.

Tabla 4

Flujo vehicular Salento

COMPARATIVO HISTORICO FLUJO VEHICULAR SALENTO		
Periodo (Final del año)	Total Vehículos	Variación
2016-2017	22691	-8,70%
2017-2018	22097	-3%
2018-2019	28280	28%
2019-2020	30550	8%

Fuente: Cámara de comercio Armenia 2020- Observatorio de turismo CCAQ

Lo anterior, da luz a la temporada de fin de año, la cual “se constituye como una de las más importantes para los destinos turísticos como lo es el municipio de Salento, el número de turistas que han visitado el municipio ha venido presentando un aumento

significativo, lo que da cuenta de la importancia del sector turismo para el mismo”. (Cámara de comercio Armenia 2020, p.13)

Por lo anterior, el estudio de una segunda lengua puede tener grandes repercusiones en la sociedad, ya que estas van a ampliar los círculos con los que se relacionan estas personas, también expanden las ofertas sociales y laborales a las que se pueden acceder si se conoce más de una lengua.

Dado esto, existen investigadores que hacen referencia a la distancia social como factor central del aprender una segunda lengua.

Esta teoría insiste en que la lengua forma solamente parte de un esfuerzo del estudiante de ser aceptado en la cultura meta. Se afirma que el aprendizaje de la segunda lengua, a diferencia de la primera, está controlado por factores sociales, y quizá psicológicos, que explican la causa de que muchos no logran jamás el nivel del nativo hablante en la segunda lengua. (Elliason 1994, pág. 162).

Así las cosas, la prestación del servicio de idiomas proporcionado por Language Home Salento, son fundamentales para promover el que los clientes propios comiencen a ampliar sus conocimientos y poder acceder a mayores oportunidades y para los clientes extranjeros es esencial para acceder de mejor manera a una comunicación más clara con el resto de la población propia y de esta manera mejorar y ampliar sus círculos sociales.

8.1.5. Tecnológicas

Dado que la prestación del servicio de lenguas entra dentro de la rama educativa, es de gran importancia que esta ha logrado mejorar según lo avanza la globalización, la “introducción de las tecnologías en el aprendizaje del inglés ha cambiado el panorama de la enseñanza tanto en lo que se refiere a métodos en los que los profesores se deben de fijar, como en estrategias de estudio para los estudiantes” (Sirvent 2017, pág. 6)

Lo anterior debido a que las nuevas tecnologías han logrado que los estudios se puedan realizar de una forma mucho más interactiva y practica que permita que más de dos personas, aunque se encuentren en diferentes partes del mundo puedan acceder al mismo tipo y clase de estudio apoyados por todas las herramientas tecnológicas facilitando el aprendizaje de una nueva lengua.

8.2. Análisis del Microentorno

Teniendo en cuenta las fuerzas de Porter, en lo que refiere a la amenaza de los nuevos competidores se presenta que al ser la compañía una MiPymes y la única del sector en el municipio de Salento Quindío, esta cuenta con un monopolio para los lugareños que optan por aprender la segunda lengua (Ingles); así mismo, es evidente que para los visitantes extranjeros que quieren aprender el español durante su estancia también sea la única opción

para poder obtener una mejor comunicación con los propios de allí. En este sentido la compañía mantiene un buen nivel de relaciones con sus empleados y con sus clientes, ya que, al estar ubicados en un municipio tan pequeño la relación fraternal que ostentan con los ya mencionados es bastante fuerte.

Adicionalmente, en conversaciones con la administradora de Language Home Salento Sandra Montenegro, informó que esta empresa depende también en gran medida del nivel de turistas que presenta el municipio de Salento, pues como en gran parte a este territorio lo visitan extranjeros, entonces son estos quienes ayudan en gran medida a la perdurabilidad de la institución.

Así las cosas y siguiendo la tercera fuerza de Porter, el poder de negociación de los compradores es elevado, por cuanto se ofertan paquetes variados que les permite a estos poder elegir el que mejor les convenga según su interés y/o su estancia. En lo que respecta a la cuarta fuerza de Porter, la cual habla acerca de las amenazas o productos sustitutos, dentro de este municipio solo hay dos personas que prestan los servicios de traductor, lo cual deja un gran espacio para cubrir la constante demanda de los propios salentinos y visitantes y finalmente la quinta fuerza de Porter que expresa la rivalidad entre competidores en la misma industria es nula debido a que como se menciona con anterioridad esta es la única empresa del sector en este municipio.

8.3. Entorno Misional

El entorno misional de la empresa Language Home Salento desde el 2018 es el siguiente:

8.3.1. Misión:

Ofrecer el servicio de la enseñanza personalizada de alta calidad del idioma inglés como segunda lengua a niños, jóvenes y adultos de Salento y español para extranjeros que requieran un aprendizaje de este idioma. Esto con el objetivo de que nuestros estudiantes adquieran conocimientos, habilidades, aptitudes y valores en conformidad con los estándares por el Marco común europeo de referencia para las lenguas.

Las modalidades de enseñanza que brinda el instituto de ingles son presencial, semipresencial y virtual, impulsando así el desarrollo sociocultural a nivel local, departamental, regional, nacional e internacional. (Language Home Salento, 2018)

8.3.2. Visión:

Para el año 2025, la empresa Language Home Salento espera posicionarse como el instituto líder en la enseñanza personalizada del idioma inglés a nivel local y del idioma español a nivel internacional basados en estándares del Marco común europeo de referencia para la enseñanza de las lenguas. Esto en virtud de la excelencia, calidad e integridad de nuestro equipo humano y los servicios educativos en las metodologías presencial y virtual de extensión a la comunidad en el área de inglés y español. Así mismo el instituto de inglés y español se propone continuar y mejorar la transmisión de prácticas de comprensión, expresión oral, interacción, interpretación de textos o discursos e intercambios culturales conexos con los intereses académicos y culturales específicos de los estudiantes. (Language Home Salento, 2018)

8.4. Entorno Estratégico

Partiendo de la misión y la visión de la empresa, las cuales exhortan desde el marco común europeo en lo relacionado al lenguaje y también direccionadas hacia el crecimiento y desarrollo sociocultural enfocados en la excelencia en la prestación del servicio a través del intercambio cultural; debido a esto y partiendo de las fortalezas y debilidades obtenidas anteriormente, es importante crear soluciones a estas últimas que le permitan a la empresa encaminarse hacia un mayor crecimiento en el sector donde presta el servicio.

La instalación actual de la compañía Language Home Salento tiene su sede ubicada en el municipio de Salento departamento del Quindío; su estrategia se ha basado en publicidad a través de redes sociales de manera leve y las recomendaciones de los estudiantes del municipio (voz a voz); adicionalmente se encuentran por Google business.

Ahora bien, teniendo en cuenta la información se pretende promocionar y dar visibilidad a la empresa en diferentes plataformas:

1. **Google Bussines:** continuar dentro de esta plataforma bajo nuevas formas de presentar el producto.
2. **Learnd Worlds:** se creará una página dentro de esta plataforma debido a que es la más utilizada a nivel mundial en la creación y compra de productos o cursos de diferente índole, lo que permitirá una mayor difusión a nivel internacional de la empresa con varias opciones para acceder al servicio.
3. **Teachable:** esta plataforma es ideal para crear escuelas o academias online con herramientas de vanguardia; bajo el mismo modelo que la plataforma learnnd worlds se creara la academia virtual dentro de esta herramienta.

Adicionalmente, se creará una página web con los servicios ofertados por esta compañía bajo atractivas promociones para en primera instancia lograr crear un nuevo nicho de mercado e incrementar una participación en las redes sociales más amplia a través de contenido constante y publicaciones promocionadas.

Ya estando presentes en todo el campo virtual, es esencial que el personal de trabajo cree nuevas formas de presentar la clase a sus estudiantes adaptándose a las necesidades del cliente:

1. Proporcionar clases pregrabadas a las plataformas antes mencionadas para que los usuarios puedan ingresar en el tiempo que más les convenga
2. Generar membresías a término definido para garantizar el ingreso de la academia bajo la prestación del servicio virtual y presencial.
3. Dentro de las plataformas como en la sede presentar los perfiles de los tutores para generar confianza y credibilidad tanto a nivel local como internacional.
4. Determinar promociones dentro de la academia como el 2x1 o plan 50 – 50 para motivar al cliente a utilizar el servicio ofertado por dicha empresa.
5. Generar un ambiente cohesivo y colaborativo dentro del plantel para lograr prestar un servicio de máxima calidad.
6. Es necesario renovar la página web de la empresa donde se pueda observar no solo los teléfonos de la compañía, sino también los distintos planes que ofertan tanto a nivel local presencial, como a nivel nacional e internacional de manera virtual.
7. Enfatizar el hecho de que la prestación del servicio se realiza de manera prácticamente personalizada o personalizada dependiendo el tipo de plan que adquiera el cliente.

8. Realizar promociones a nivel internacional por recomendación de los usuarios para promover y expandirse con mayor amplitud hacia esos mercados.
9. Fortalecer el programa de inglés para los lugareños para promover el que más personas aprendan esta lengua bajo la premisa de una mejor atención a los turistas que se observan en este municipio
10. Promover a aquellos turistas extranjeros paquetes donde ellos les puedan servir como traductor o acompañantes a las diferentes travesías que se pueden realizar en el municipio donde se les hablara con mayor amplitud de las riquezas naturales y culturales del municipio y del departamento mientras aprenden el idioma (Español) de manera más didáctica.
11. Fortalecer el manejo de redes sociales, utilizando a los estudiantes de la academia Language Home Salento con la finalidad de mayor visualización en las diferentes plataformas.
12. Por medio de la página web determinar la viabilidad de promover sus servicios en diferentes plataformas.

9. Diagnóstico Organizacional

Para la realización del diagnóstico organizacional de la empresa Language Home Salento, se utilizaron herramientas de análisis estratégico que permiten determinar y posteriormente poder desarrollar un correcto plan estratégico de marketing que favorezca a la compañía como es el caso de la matriz MEFI y MEFE.

9.1. Aplicación de Herramientas de Diagnóstico

La matriz MEFI hace referencia a la (Matriz de Evaluación de Factores Internos), la cual:

“sirve para presentar una aproximación de cómo están afectando los factores internos el desarrollo y crecimiento de nuestra empresa. (...) A través de una auditoría interna se podrá tener una mejor visión de cómo se encuentra la empresa, para luego diseñar e implementar las estrategias que mejor se adecuen a cada caso” (Barroeta, 2022)

Tabla 5

Matriz MEFI

MATRIZ MEFI			
Factor Crítico de Éxito	Valor	Calificación	Calificación Ponderada
Fortalezas			
Buena ubicación de las oficinas	0,07	4	0,28
Equipo de trabajo diverso	0,08	3	0,24
Entorno laboral favorable, donde se impulsa la integración, colaboración y apoyo entre los miembros de la marca	0,09	4	0,36
Clases creativas y personalizadas	0,14	4	0,56

Facilidad de pago por planes (por mensualidades - 50% al iniciar y 50% al finalizar - pago por clase)	0,09	3	0,27
Debilidades			
Poca presencia en redes sociales	0,1	2	0,2
Página web desactualizada	0,25	1	0,25
Poca cobertura a nivel internacional	0,18	1	0,18
Valor Ponderado			2,34

Elaboración Propia

Referente a la matriz MEFI, la cual permite observar el clima organizacional dentro de la empresa, indicando que la principal preocupación se encuentra en la presencia de esta dentro del mercado online, así mismo como la falta de clientes internacionales dentro de la rama virtual, sin embargo, la empresa presenta un buen clima laboral, con un alto grado de compañerismo e instalaciones en óptimas condiciones para la prestación adecuada del servicio de calidad.

La matriz MEFE hace referencia a la (Matriz de Evaluación de Factores Externos), pues esta, “permite hacer un estudio de campo, donde se pueden identificar y evaluar distintos aspectos externos que pueden afectar o influir en la expansión y crecimiento de una marca, empresa, organización o negocio” (Barroeta, 2022)

Tabla 6

Matriz MEFE

MATRIZ MEFE			
FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Posee una buena disponibilidad de la prestación del servicio	0,2	4	0,8
Confiabilidad por parte de los clientes	0,15	4	0,6
Entorno geográfico como elemento favorable	0,15	3	0,45
AMENAZAS			
Fluctuación de clientes según la temporada	0,4	4	1,6
Cambio climático	0,1	3	0,3
TOTAL	1		3,75

Elaboración Propia

Esta matriz denota la importancia y el gran problema que se presenta dentro de la empresa referente a la fluctuación de los clientes según temporada, determinando la necesidad de afianzar e incrementar el nicho del mercado para poder tener un flujo constante de clientes, así mismo presenta una calificación referente a la prestación del servicio lo que habla bien la reputación de la empresa.

9.2. Sensibilización y Aceptación del Cambio

La compañía en cuestión tiene una buena capacidad de aceptación al cambio, ya que, en primer lugar, el personal que trabaja en esta empresa es joven y entiende lo rápido que está cambiando el mundo hoy en día y la constante necesidad de adaptación.

Ahora bien, debido a la ubicación geográfica de la empresa es necesario que esta permanezca en constante reinversión para acomodarse a las facilidades de los clientes en especial de aquellos provenientes del extranjero; siendo estos principalmente de Europa.

Por esto es necesario hacer mayor presencia dentro de este municipio, a través de acuerdos con distintas empresas como los hoteles y hostales con la finalidad que se promuevan los servicios prestados por la academia de lenguaje detallando la facilidad en la prestación del servicio para de esta forma atraer de buena manera la atención de los turistas internacionales hacia la adquisición del servicio; así mismo, también en pro de la economía del municipio presentar a los adultos que tienen negocios dentro de este y sabiendo la importancia de la segunda lengua (Inglés) debido al alto flujo de turistas de otros continentes programas enfocados a la venta de productos o experiencias para así lograr que estos visitantes sientan una experiencia mucho más acogedora.

Lo anterior se puede observar en la siguiente tabla

TABLA 7

VARIABLES	
HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS (TICS)	Por medio de estas herramientas, poder brindar un servicio más amplio y asertivo a los clientes
CONVENIOS CON HOTELES Y HOSTALES	A través de estos convenios interempresariales poder brindar a los clientes una forma de enseñanza interactiva con el mundo reconociendo y ampliando su saber en la cultura del municipio.
TUTORIAS PERSONALIZADAS	Este método de enseñanza permite a los clientes aprender de manera más amplia y eficiente los temas.

CLASES CONVENCIONALES	Por medio de este método se les enseñara a los clientes de la manera tradicional siguiendo los paquetes de estudio adquiridos por estos.
TUTORIAS DE ENFOQUE	Estas tutorías van a permitir al cliente aprender los temas que sean de su interés, valido tanto para propios como para visitantes.

Fuente: Elaboración Propia

10. Propuesta solución

Para realizar la propuesta solución del presente proyecto, se identificaron tres oportunidades que ayudaran a la presente empresa a incrementar su nivel de clientes tanto de manera presencial como virtual lo que contribuirá a mejorar las finanzas de la institución a través de una base más sólida de clientes y presentando una cercanía más notoria con sus estudiantes.

Además de lo anterior se dará una mayor y adecuada exposición en plataformas de gran alcance para promover la empresa a nivel local, nacional e internacional, lo que provocará mayor alcance para la empresa en cuestión.

Tabla 8

Propuestas

Problemas encontrados /Oportunidades de mejora	Explicación y consecuencias	Solución de la propuesta	Beneficios	Costo	Impactos
Continuidad formativa (alumnos extranjeros)	Este ha sido un inconveniente debido a que la mayoría de estos extranjeros son viajeros que vienen por temporadas; esto implica que gran parte de estos adquieren los servicios de la	Para poder dar frente a esta situación, se plantea realizar la prestación de los servicios personalizados a cada uno de los estudiantes para poder enfocarse directamente en las	Bajo esta propuesta, se podría observar una mayor retención de clientes internacionales. Así mismo, se promueve el instituto a nivel internacional procurando la	3.190.000,00	Con esta estrategia, la empresa Language home Salento logrará mantener una base más estable de los clientes extranjeros lo que se traducirá en mayores

Problemas encontrados /Oportunidades de mejora	Explicación y consecuencias	Solución de la propuesta	Beneficios	Costo	Impactos
	<p>academia por un corto tiempo y para cuestiones muy puntuales y finalizando su estadía no continúan utilizando los servicios de esta empresa.</p> <p>Esto implica una dificultad para poder mantener constante y/o creciente el flujo de estudiantes extranjero.</p>	<p>necesidades de estos y a su vez incorporarlos en un grupo de chat privado de uso exclusivo para los estudiantes internacionales con la finalidad de que por medio de este puedan seguir realizando consultas y tener comunicación con el cuerpo docente del instituto para poder brindar un mayor acompañamiento a estos.</p>	<p>atracción de más clientes extranjeros.</p>		<p>beneficios económicos para esta institución y promoverá el crecimiento y desarrollo único de la misma, donde a través de la virtualidad se podrá conservar contacto continuo con los estudiantes extranjeros y a su vez que estos mantengan contacto con el idioma.</p>
Funcionalidad para los estudiantes (Propios y Extranjeros)	<p>Debido a las rigurosidades del municipio de Salento (Quindío), es importante atender las necesidades de la población tanto socioeconómicas como culturales, por lo cual es imprescindible</p>	<p>En respuesta a este escenario es de vital importancia que los programas ofertados por la academia Language Home Salento se adapten a las necesidades de los estudiantes de manera individual y colectiva,</p>	<p>Esta iniciativa ampliara la base de clientes propios y extranjeros en la academia de lenguaje; así mismo ayudara a la población de este municipio a tener mayor cercanía con</p>	\$ 1.284.000,00	<p>Esta propuesta generara la posibilidad de atraer mayores clientes, bajo sus propias necesidades, lo que implica convertirse en una empresa interesada en el</p>

Problemas encontrados /Oportunidades de mejora	Explicación y consecuencias	Solución de la propuesta	Beneficios	Costo	Impactos
	realizar cambios para promover e incrementar el flujo de estudiantes tanto propios como extranjeros.	logrando abarcar mayor flujo de clientes y prestando apoyo a la cultura y la economía de la región.	los visitantes extranjeros logrando prestar un mejor servicio en cada uno de sus respectivos negocios y ampliando sus ganancias.		bienestar de sus alumnos o clientes ofertándoles exactamente lo deseado.
Poca exposición en redes sociales	Hoy en día el mundo se rige por la forma de realizar marketing; si bien es cierto la academia se encuentra en un municipio pequeño, al no tener redes sociales activas y vigentes está perdiendo posibles clientes que quieran adquirir los servicios del instituto, ya que, esta es la forma más rápida de adquirir visibilidad en el mundo.	Desarrollar una estrategia adecuada de marketing y promoción de productos para obtener mayor visibilidad a nivel local, nacional e internacional.	Con esta estrategia se logra una mayor visibilidad de la institución en diferentes lugares, así mismo, esto se traduce en posibilidades de adquirir nuevos clientes.	\$ 4.788.000,00	Esta estrategia le generará a la empresa una mayor visibilidad lo que se traducirá en la ampliación de clientes de diversas partes del mundo, promoviendo el crecimiento y desarrollo empresarial.

Fuente: Elaboración Propia

Planeación agregada y evaluación de la planeación

Tabla 9
Estrategias

Estrategia	Aplicabilidad (Si o No)	Razones
Creación de grupos de chat entre estudiantes y la academia de idiomas en aplicaciones como (Telegram o WhatsApp)	Si	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de comunicarse con estudiantes • Resolución de dudas puntuales con mayor rapidez • Mayor permanencia de los estudiantes dentro de la institución.
Realización de planes específicos por estudiante (Quien lo requiera)	Si	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar las necesidades específicas del estudiante • Promover el desarrollo único de la institución • Adecuarse a las necesidades económicas y sociales.
Incorporación adecuada para fortalecer la exposición en redes sociales	Si	<ul style="list-style-type: none"> • Actualización de redes sociales con contenido adecuado • Promoción adecuada para generar mayor alcance • Mayor visibilidad y posible crecimiento de clientes.

Fuente: Elaboración Propia

Ponderación de los factores a evaluar

Para este punto, debido a que las estrategias presentadas cuentan con un mismo enfoque, se unifican estas para formar un único factor que engloben las anteriormente mencionadas con la finalidad de evidenciar mayor claridad con las propuestas realizadas y su grado de importancia.

Tabla 10
Factor a evaluar

Factor	Ponderación	Justificación
Incremento y continuidad de los estudiantes de la empresa Language Home Salento para fortalecer y promover el desarrollo socioeconómico de la misma.	90%	Partiendo de los puntos problema encontrados anteriormente y por medio de las estrategias planteadas a la empresa Language Home Salento, se acuerda que es necesario desarrollar las propuestas presentadas anteriormente, ya que al estar dicha entidad ubicada en un municipio de poca población, es imprescindible acudir a nuevos métodos de enseñanza que se enlacen directamente con las dinámicas económicas y sociales tanto locales, regionales, nacionales como internacionales haciendo el uso adecuado de las Nuevas Tecnologías (NTIC) para poder tener un mayor alcance y al mismo tiempo lograr una mayor promoción de esta entidad. Seguidamente, la creciente necesidad de adaptación implica el tener que adecuarse a los requerimientos del cliente, lo que significa la enseñanza de temas específicos con la finalidad de prestar un servicio adecuado y de calidad; así mismo, hoy día la creciente necesidad de generar contenido de los productos ofertados por esta entidad para lograr tener una mayor visibilidad y generar intriga entre los posibles nuevos clientes que se convertirán en nuevos usuarios de la empresa.

		<p>Por lo expuesto, este factor se medirá así: Nivel de estudiantes al inicio del ciclo económico/ nivel de estudiantes al final del ciclo económico Medición que se realizara de manera trimestral para determinar el nivel de variaciones de clientes y sus principales picos de crecimiento.</p>
--	--	---

Fuente: Elaboración Propia

Análisis Presupuestal y sociales de la propuesta para la compañía

Análisis presupuestal

La empresa Language home Salento, presenta un superávit para el 31 de diciembre del año 2023 de \$23.010.000 fuera de todos los gastos, así las cosas, cuenta con un capital adecuado para poder realizar las propuestas sugeridas anteriormente las cuales son:

1. Creación de grupos de chat entre estudiantes y la academia de idiomas en aplicaciones como (Telegram o WhatsApp)

Tabla 11

Propuesta 1

Julio a Diciembre de 2024			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Smart Phone	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Plan de datos (Meses)	6	\$ 45.000,00	\$ 270.000,00
Docente x Horas	96	\$ 20.000,00	\$ 1.920.000,00
TOTAL			\$ 3.190.000,00

Elaboración Propia

Esta propuesta implica gastos tecnológicos en un teléfono celular (Smartphone) de valor aproximado a \$1.000.000 el cual permite prestar adecuadamente el servicio requerido; así mismo, se le cancelaran 96 horas equivalentes al pago extra que se le daría al profesor encargado de las aulas virtuales de la academia con la finalidad de que asuma la responsabilidad de atender el (chat académico) a cabalidad con la eficiencia requerida y esperada, teniendo presente que estas 96 horas serán divididas de a 16 horas mensuales y por último el valor del plan de datos que requiere el equipo para brindar este servicio.

Por lo anterior esta propuesta tiene un costo total de \$3.190.000

En lo que respecta a la recuperación de inversión de esta propuesta, se espera que adquieran este plan en el periodo de realización de la estrategia un aproximado de 7 estudiantes bajo una mensualidad de \$120.000 lo que implica que antes de finalizar los seis meses iniciales ya se habría recuperado la inversión y obtenido ganancias de \$1.850.000.

2. Realización de planes específicos por estudiante (Quien lo requiera)

Tabla 12

Propuesta 2

Julio a Septiembre de 2024			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Libretas	2	\$ 15.000,00	\$ 30.000,00
Lapiceros	3	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00
Internet	60	\$ 900,00	\$ 54.000,00
Energía x Hora	60	\$ 500,00	\$ 30.000,00
Docente x Horas	60	\$ 20.000,00	\$ 1.200.000,00
TOTAL			\$ 1.284.000,00

Elaboración Propia

Esta es una propuesta sobre la cual se realizará una prueba piloto para lograr establecer la viabilidad de esta a largo plazo, esto tiene un costo mensual de \$400.000 lo que equivale a 20 horas hombre de trabajo y el dinero restante es referente a los instrumentos utilizados para lograr desarrollar esta propuesta; este plan será aplicado por un lapso de 3 meses y posteriormente se evaluará nuevamente la viabilidad de esta propuesta determinando su impacto.

Por lo anterior esta propuesta tendrá un costo de \$1.284.000

Para esta estrategia, se espera que ingresen en el lapso de empleabilidad al menos 3 estudiantes con programas que van desde los \$150.000 mensuales hasta \$300.000 donde se

impartirán los conocimientos requeridos, así las cosas se espera recuperar la inversión en un lapso máximo de 1 año.

3. Incorporación adecuada para fortalecer la exposición en redes sociales

Tabla 13

Propuesta 3

Julio a Diciembre de 2024			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Página Web (Anual)	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00
Comunicador Social x Hora	120	\$ 20.000,00	\$ 2.400.000,00
Internet	120	\$ 900,00	\$ 108.000,00
Energía x Hora	120	\$ 500,00	\$ 60.000,00
Publicidad en redes sociales (Instagram - Facebook)	48	\$ 15.000,00	\$ 720.000,00
TOTAL			\$ 4.788.000,00

Elaboración Propia

Para esta propuesta, se pagarán \$1.500.000 para la actualización y mantenimiento de la página web, además de esto, el pago a un comunicador social por hora para diseñar campañas adecuadas y el dinero restante se empleará para realizar campañas publicitarias en las redes sociales de mayor impacto como (Instagram y Facebook) por un lapso de seis meses, finalizado este tiempo se evaluarán los resultados obtenidos y reestructurara el capital de inversión para la continuidad de esta propuesta.

Por lo anterior esta propuesta tendrá un costo de \$4.788.000

Para la recuperación de la inversión de esta propuesta se espera que para los primeros 6 meses se hayan podido obtener 6 nuevos estudiantes fijos con mensualidades de \$200.000 lo que generaría una ganancia de \$2.412.000

Análisis social

Con esta propuesta realizada a la empresa Language Home Salento, se espera que esta logre incrementar su crecimiento y desarrollo a nivel local, nacional e internacional; esto con el fin de promover el desarrollo social y económico del municipio de Salento (Quindío), así mismo, es preciso señalar que con la puesta en marcha de estas estrategias la población de este lugar podrá aprovechar de manera más amplia y completa todas las posibilidades del mercado en este lugar, ya que, al ser este municipio de una gran fuerza turística, la necesidad constante y creciente de poder comunicarse con los demás visitantes extranjeros se ha convertido en una necesidad prioritaria para los mencionados anteriormente, ayudándoles en gran medida a ampliar las ganancias de sus negocios y también a prestar servicios de mayor calidad lo que significa un mayor nivel de vida para ellos y sus familiares además de mayor dinamismo en la economía propiciando el crecimiento y desarrollo de este municipio .

Así las cosas, los extranjeros también van a poder acceder a una experiencia de mayor nivel al convivir con los propios salentinos y por supuesto tener una comunicación más fluida logrando acceder con más facilidad a todas las experiencias que este municipio les oferta, las cuales incluyen la gran oferta natural y las costumbres y cultura de los quindianos.

Finalmente, con la creación del grupo de chat de la academia, ayudara a los integrantes de este a sentirse mucho más acompañados en sus viajes y/o diferentes compromisos, por cuanto se les podrá facilitar mucho más el entendimiento del idioma en cualquier parte del mundo, así mismo, también esto promoverá la fraternidad internacional y mostrara las buenas

costumbres y el gran profesionalismo que tienen los colombianos frente a sus visitantes y clientes.

10. 1. Estructura Organizacional

Para determinar la estructura organizacional de la empresa Language Home Salento, se presenta la siguiente información teniendo presente que esta es una MiPymes en la cual, algunos cargos deben ser transversales para poder generar el correcto funcionamiento de esta.

10.1.2. Análisis de cargos:

Tabla 14

Cargos dentro de la empresa Language Home Salento	
Gerente	Es la cabeza principal de la empresa y quien tiene a su cargo más actividades para propiciar el correcto funcionamiento de la institución.
Administrador Comercial	En este cargo, se encargan de atraer nuevos estudiantes a la academia, incursiona en nuevos proyectos para lograr convenios con otros sectores de la economía para poder propiciar el crecimiento de la empresa y en la misma línea del gerente, este debe de realizar algunas funciones adicionales que repercuten en el correcto funcionamiento de la empresa.
Contador	Dentro de este cargo recae toda la parte financiera de la empresa, donde se destinan los fondos para el pago de sueldos, impuestos y demás montos legales de la empresa para poder determinar el nivel utilidades de la misma.

Docentes presenciales	Estos son los encargados de brindarle los servicios de estudio de idiomas a los niños, jóvenes y adultos de la empresa Language Home Salento de manera presencial en el municipio de Salento (Quindío).
Docente Virtual	Este se encarga de brindar el servicio de clases virtuales a los estudiantes de Language Home Salento de manera online

Fuente: Elaboración Propia (base a datos de Language home Salento)

Partiendo de lo anterior y en concordancia con las propuestas establecidas, se plantea la creación de un nuevo cargo, el cual sería para un comunicador social.

Tabla 15

Nuevo cargo en la empresa Language Home Salento	
Comunicador Social	En este cargo el profesional debe encargarse de mantener las plataformas digitales al día en relación con las últimas tendencias con relación al marketing digital y la creación de contenido para promover los servicios prestados por parte de esta.

Fuente: Elaboración Propia

10.2. Tipo de Sociedad

La empresa Language Home Salento es de carácter unipersonal (EU), así las cosas, cuenta con las siguientes características:

- “Pertener a un solo dueño o propietario”. (Padilla, 2011, pág. 187)
- “El propietario recibe beneficio de todas las actividades de la empresa y responde por las obligaciones contraídas.” (Padilla, 2011, pág. 187)

- “Para establecerla se necesita iniciativa, una mínima cantidad de capital y la licencia para funcionar o Para ampliarla se utiliza: capital personal (limitado) o prestamos de entidades financieras”. (Padilla, 2011, pág. 187)

10.3. Permisos, Licencias, Impuestos y Tasas.

La empresa Language Home Salento cuenta con los permisos de funcionamiento por parte de alcaldía de Salento a través de la propuesta del proyecto educativo a desarrollar dentro del establecimiento el cual refleja (la necesidad de la planta física para poder generar la prestación de servicios de clases de idiomas a niños, jóvenes y adultos del municipio de Salento Quindío de manera presencial y virtual promoviendo la esencia cultural del municipio de Salento Quindío) generando el concepto del uso del suelo del bien inmueble de la planta física (permiso de ocupación) y los permisos por parte de la gobernación del departamento del Quindío para poder prestar los servicios de enseñanza de idiomas. Además de lo anterior, también cuentan con las licencias de seguridad y salud en el trabajo otorgadas por la secretaria departamental de salud.

Así mismo, esta empresa en su sede cuenta con licencia de modificación, la cual: “Es la autorización para variar el diseño arquitectónico o estructural de una edificación existente, sin incrementar su área construida” (Camara de Comercio Bogota, 2022). Y también con licencia de adecuación por medio de la que se le brinda la “autorización para cambiar el uso de una edificación o parte de ella, garantizando la permanencia total o parcial del inmueble original” (Camara de Comercio Bogota, 2022).

Seguido a esto, esta compañía tiene un acuerdo de licencia de uso de la plataforma de Pearson, la cual, a través de MyEnglishLab les permite a sus usuarios realizar actividades

que se relacionen con los procesos de enseñanza empleados por la institución Language Home Salento, lo que genera un funcionamiento adecuado y de calidad por parte de esta academia.

Es importante recalcar que la empresa Language home Salento no cuenta con los permisos que le permiten certificar a sus estudiantes para la presentación de exámenes internacionales; por cuanto esta entidad solo puede certificar la cantidad de horas estudiadas en la misma.

Con relación a los impuestos declarados por parte de esta empresa, pues se ven reflejados en la declaración de renta anual realizada por la dueña de la institución de conformidad con las reglamentaciones establecidas para este tipo de sociedades; así mismo no se pagan ningún tipo de impuesto territorial, por cuanto el municipio de Salento (Quindío) donde se encuentra situada la empresa no tiene ninguna reglamentación del pago de algún impuesto territorial correspondientes a la situación de dicha institución.

10.4.Aspectos y normatividad ambiental

Al tener la empresa Language Home Salento una sede física, esta está obligada a cumplir con la normatividad ambiental planteado en la norma ISO 14001; así las cosas esta MiPymes tiene dentro de su instalación la clasificación adecuada de residuos divididas por color para generar un aprovechamiento correcto de los mismos; además de esto, también están en el proceso de la adopción de la política 0 papel a través del mayor uso de las plataformas digitales y las herramientas tecnológicas para de esta forma generar menos desperdicios de lo anteriormente dicho y finalmente en las clases presenciales se realizan algunas charlas concientizadoras sobre la importancia del medio ambiente.

11. Conclusiones

- La empresa tiene una ventaja competitiva importante en la prestación de servicios de idiomas dentro del municipio de Salento Quindío por cuanto es la única constituida en este sector de la economía dentro de esta área urbana, la cual deben aprovechar para lograr acrecentar el nivel de clientes y volverse imprescindibles en el desarrollo sociocultural de este municipio.
- La empresa Language home Salento cuenta con una buena acogida por parte de los lugareños y también de los extranjeros que han utilizado sus servicios; motivo por el cual, es de vital importancia hacer uso adecuado y óptimo de los buenos comentarios realizados por parte de sus estudiantes en las redes sociales, página web, y páginas de interés dentro de este sector económico de la institución, con la finalidad de promover la marca y lograr un mayor alcance a nivel local, nacional e internacional logrando así atraer más clientes.
- La empresa debe mejorar a través de las estrategias planteadas la forma de presentar sus servicios al mercado haciendo uso adecuado de las nuevas tecnologías propiciando una incursión a mercados más amplios; esto le va permitir a la compañía acceder a importantes plataformas que le van a generar mayores oportunidades de visibilidad trayendo consigo más personas interesadas en acceder a los servicios que esta institución brinda, promoviendo la calidad y los servicios de esta, como también mejorando las oportunidades de crecimiento y desarrollo.

- La empresa objeto de estudio presenta un gran potencial de crecimiento y desarrollo, donde es de vital importancia tener plena claridad de las necesidades de sus clientes para poder brindarles el servicio que estos requieran de la manera más óptima teniendo como punto base lo que estos clientes desean lograr accediendo a los servicios ofertados por la empresa Language Home Salento con la finalidad de afianzar su base de clientes y lograr la perdurabilidad de estos en el tiempo.

11.1. Recomendaciones

- Partiendo de la visión económica del municipio de Salento es importante vincularse con el ente municipal para lograr un trabajo de manera articulado que le permita a la empresa presentar sus servicios bajo el aval y promoción municipal lo que generara mayor confianza para los clientes locales e internacionales y lograra atraer a mayor escala a los turistas extranjeros.
- Se recomienda cambiar el tipo de sociedad bajo el cual está registrada la empresa la cual se encuentra como sociedad unipersonal por una sociedad SAS, ya que bajo este tipo de sociedad podrá proteger el capital y patrimonio neto de su dueña de mejor manera, por cuanto dividirá a la persona natural de la persona jurídica.
- Se recomienda mantener actualizadas las plataformas digitales por medio de las cuales se prestarán y promoverán los servicios ofertados por parte de la empresa Language Home Salento con la finalidad de mantener a la vanguardia de la

globalización y poder visibilizar su institución de una mejor manera tanto a nivel local como nacional e internacional.

- Es vital mantener el contacto con sus clientes, donde estos se sientan importantes para esta institución con la finalidad de mejorar los procesos académicos y mantener la base de clientes nacionales e internacionales haciéndoles énfasis en los planes ofertados y las facilidades de acceder o mantenerse dentro de los mismos

12. Referencias

Referencias

- Camara de comercio de armenia y el quindio. (2020). *ACTUALIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL MUNICIPIO DE SALENTO*. Quindio, Armenia. Recuperado el 12 de 10 de 2023, de https://camaraarmenia.org.co/files/2020/estudio_salento.pdf
- Contreras, D. E., & Andrea, J. L. (2020). *LA CONSULTORÍA Y ASESORÍA: ALIADA ESTRATÉGICA PARA EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA*. Recuperado el 12 de 10 de 2023, de <http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n1/2539-0554-tend-21-01-252.pdf>
- DANE. (2023). *En diciembre de 2022 la variación anual del IPC fue 13,12%*. Bogota. Recuperado el 08 de 11 de 2023
- DANE. (2023). *Proyecciones de Poblacion*. Bogota D.C. Recuperado el 11 de 10 de 2023, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- Eliason, W. (1994). *La adquisicion de una segunda lengua como agente de cambio en la enseñanza*. new jersey. Recuperado el 19 de 10 de 2023, de <file:///C:/Users/manue/Downloads/Dialnet-LaAdquisicionDeUnaSegundaLenguaComoAgenteDeCambioE-5475989.pdf>
- Gobernacion del Quindio. (2016). *Salento*. Armenia. Recuperado el 24 de 11 de 2023, de <https://quindio.gov.co/salento/salento#:~:text=SALENTO%20El%20municipio%20por%20sus%20caracter%20geogr%C3%A1ficas%20presenta,a%20>

tres%20pisos%20t%C3%A9rmicos%3A%20medio%2C%20fr%C3%ADo%20y%20p%C3%A1ramo.

Instituto Cervantes, epdata. (2022). *La lengua española en el mundo, en datos y gráficos*.

Recuperado el 26 de 11 de 2023, de <https://www.epdata.es/datos/lengua-espanola-mundo-datos-graficos/513>

ISO. (2014). *www.iso.org*. Recuperado el 19 de 05 de 2024, de

<https://www.iso.org/es/cambio-climatico/sistema-de-gestion-ambiental-sga>

Language Home Salento. (2018). Recuperado el 223 de 10 de 2023

Mineducacion. (1994). *Ministerio de Educacion Nacional*. Recuperado el 20 de 10 de 2023,

de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

Mineducacion. (2006). *Ministerio de Educacion Nacional*. Recuperado el 19 de 10 de 2023,

de [https://mineducacion.gov.co/1621/articles-](https://mineducacion.gov.co/1621/articles-112277_archivo_pdf.pdf#:~:text=DECRETO%20No.%203870%20%282%20de%20noviembre%20de%202006%29,y%20se%20establecen%20las%20condiciones%20m%C3%ADnimas%20de%20calidad)

[112277_archivo_pdf.pdf#:~:text=DECRETO%20No.%203870%20%282%20de%20](https://mineducacion.gov.co/1621/articles-112277_archivo_pdf.pdf#:~:text=DECRETO%20No.%203870%20%282%20de%20noviembre%20de%202006%29,y%20se%20establecen%20las%20condiciones%20m%C3%ADnimas%20de%20calidad)

[0noviembre%20de%202006%29,y%20se%20establecen%20las%20condiciones%20](https://mineducacion.gov.co/1621/articles-112277_archivo_pdf.pdf#:~:text=DECRETO%20No.%203870%20%282%20de%20noviembre%20de%202006%29,y%20se%20establecen%20las%20condiciones%20m%C3%ADnimas%20de%20calidad)

[0m%C3%ADnimas%20de%20calidad](https://mineducacion.gov.co/1621/articles-112277_archivo_pdf.pdf#:~:text=DECRETO%20No.%203870%20%282%20de%20noviembre%20de%202006%29,y%20se%20establecen%20las%20condiciones%20m%C3%ADnimas%20de%20calidad)

Mineducacion. (2009). *Ministerio de Educacion Nacional*. Recuperado el 18 de 10 de 2023,

de [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-216551_archivo_pdf_decreto4904.pdf)

[216551_archivo_pdf_decreto4904.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-216551_archivo_pdf_decreto4904.pdf)

Montenegro, S. (26 de 10 de 2023). Entrono Misional Language Home Salento. (M.

Hurtado, Entrevistador)

NUC UNIVERSITY. (2024). Recuperado el 19 de 03 de 2024, de

<https://nuc.edu/noticias/mercadeo-estrategico/>

OECD, European Union. (2018). *Oslo Manual 2018 GUIDELINES FOR COLLECTING, REPORTING AND USING DATA ON INNOVATION*. OECD. Recuperado el 13 de

03 de 2024, de https://www.ovtt.org/wp-content/uploads/2020/05/Manual_Oslo_2018.pdf

Padilla, M. C. (2011). *elibro.net*. Recuperado el 17 de 05 de 2024, de :

<https://elibro.net/es/ereader/usta/69169?page=1>. Consultado en: 19 May 2024

Portafolio. (2015). *En Colombia, 1,2 millones de personas hablan inglés*. Recuperado el 28

de 11 de 2023, de <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-millones-personas-hablan-ingles-26770>

Rodriguez, J. M., Rueda, L. M., & Lozano, O. M. (24 de 08 de 2020). *LA INNOVACIÓN*

EN MARKETING DE LAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES DE LA

PROVINCIA DE SUGAMUXI. Recuperado el 11 de 10 de 2023, de

<http://www.scielo.org.co/pdf/tend/v21n2/2539-0554-tend-21-02-45.pdf>

Rutas del paisaje cultural cafetero. (2015). *rutas del paisaje cultural cafetero mil*

experiencias un destino. Obtenido de

<https://rutasdelpaisajeculturalcafetero.com/que-hacer-atractivos/valle-del-cocora-salento/>

Sirvent, C. R. (2017). *La ayuda de las Nuevas Tecnologías en el aprendizaje del inglés*

como lengua extranjera. Madrid. Recuperado el 22 de 10 de 2023, de

<https://repositorio.comillas.edu/jsui/bitstream/11531/21568/1/TFG001517.pdf>

13. ANEXOS

FLUJO DE CAJA LANGUAGE HOME SALENTO 2023

CONCEPTO	INVER SION INICI AL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR E	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
=														
Aportaciones de socios		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportación Financiamto.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos por Venta		10.700.000	10.700.000	10.700.000	8.180.000	8.180.000	10.700.000	11.780.000	11.780.000	10.700.000	10.700.000	10.700.000	10.700.000	125.520.000
Total Entradas		10.700.000	10.700.000	10.700.000	8.180.000	8.180.000	10.700.000	11.780.000	11.780.000	10.700.000	10.700.000	10.700.000	10.700.000	125.520.000
Compras o costos variables		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Fijos de Administracion		7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.200.000	7.200.000	7.500.000	7.860.000	7.860.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	90.120.000
Salidas		7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.200.000	7.200.000	7.500.000	7.860.000	7.860.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	90.120.000
Total Salidas		7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.200.000	7.200.000	7.500.000	7.860.000	7.860.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	90.120.000
ENTRADAS - SALIDAS.		3.200.000	3.200.000	3.200.000	980.000	980.000	3.200.000	3.920.000	3.920.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	35.400.000
DISPONIBILIDAD		3.200.000	3.200.000	3.200.000	980.000	980.000	3.200.000	3.920.000	3.920.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	3.200.000	35.400.000

Fuente: Cifras proporcionadas por “Language Home Salento”

Estados Financieros

LANGUAGE HOME SALENTO	
ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA CIERRE AÑO 2023	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	31-dic-23
EFFECTIVO Y BANCOS	\$ 35.400.000,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 35.400.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.000.000,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 8.000.000,00
DEPRESIACION ACUMULADA	\$ 1.300.000,00
IMPUESTOS POR PAGA	\$ 12.390.000,00
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	\$ 23.010.000,00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 13.000.000,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 35.320.000,00
PASIVOS	
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ -
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	\$ 10.000.000,00
RESERVA LEGAL	\$ 2.500.000,00
RESERVA ESTATUTARIA	\$ 4.000.000,00
DIVIDENDOS	\$ 22.320.000,00
TOTAL PATRIMONIO	\$ 38.820.000,00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 38.820.000,00

Fuente: Cifras proporcionadas por "Language Home Salento"

