

Cadena de valor de un servicio de un programa de enseñanza de la lengua española a través de la inmersión cultural, dirigida a extranjeros en la región de Ubaté Cundinamarca.

Jeimy Yaneth Maldonado Rodríguez

Código: 3401386

Universidad Militar Nueva Granada

Facultad de Relaciones y Negocios Internacionales

Bogotá

Enero de 2015.

TABLA DE CONTENIDO

1. Título
2. Formulación del problema (formulación, planteamiento y desagregación)
3. Justificación
4. Objetivos generales y específicos
5. Hipótesis de trabajo
6. Marco Teórico
 - 6.1 Cadena de Valor
 - 6.2 Marco conceptual
 - 6.3 Inmersión Cultural
 - 6.4 Villa de San Diego de Ubaté
 - 6.4.1 Hidrografía
 - 6.4.2 Producción agropecuaria
 - 6.4.3 Otros cultivos
 - 6.4.4 Producción pecuaria
 - 6.4.5 Demografía
 - 6.4.6 Pandillas juveniles y seguridad
 - 6.4.7 La educación en Ubaté vale la pena
 - 6.4.7.1 Diagnostico
 - 6.4.8 Aspecto cultural

6.4.9 Identidad cultural

6.4.10 Aspecto turístico

6.4.11 Convenio con AFS.

7. Componentes de la cadena de valor de un programa de enseñanza de español para extranjeros

7.1 Modelos de enseñanza y análisis de cadena de valor de la competencia

7.1.1 Open English

7.1.2 Nueva Lengua

8. Spanish4All

8.1 Cadena de valor de Spanish4All

8.2 Segmento de mercado

8.3 Programas

8.3.1 Curso de español básico

8.3.2 Curso de español intermedio

8.3.3 Curso de español avanzado

8.3.4 Actividades y servicios complementarios

8.3.4.1 clases particulares

8.3.4.2 Lunadas y fogatas

8.3.4.3 Cabalgatas

8.3.4.4 Excursiones

8.3.4.5 Actividades artísticas

8.3.4.6 Intercambio cultural

8.3.4.7 Cursos de cocina

8.4 Perfil de los docentes

8.5 Infraestructura

8.5.1 Sede

8.6. Certificaciones

8.7. Trámites y servicios de visado

9. Descripción Empresa Spanish4All

9.1. Misión

9.2 Visión

9.3 Principios Corporativos

9.4 Objetivos corporativos

9.4.1 Objetivos de crecimiento

9.4.2 Objetivos de rentabilidad

9.4.3 Desarrollo tecnológico

9.4.4 Desarrollo humano

9.4.5 Desarrollo comercial

9.4.6 Orientación hacia el cliente

9.4.7 Estructura organizacional

9.4.8 Organigrama institucional

9.5 Descripción de cargos de la empresa Spanish4All

9.5.1 Gerente general

9.5.2 Director pedagógico

9.5.3 Docentes

9.5.4 secretaria ejecutiva

9.6 Diseño del servicio

9.6.1 Mercado Objetivo

9.6.2 Concepto de servicio

9.6.3 Estrategia operacional

9.6.4 Estrategia de prestación del servicio

9.7 Elementos del diseño del servicio

9.7.1 Estructurales

9.7.2.1 Prestación del servicio

9.7.2.2 Diseño del sitio de prestación del servicio

9.7.2.3 Planeación de la capacidad de respuesta

9.7.2 Administrativos

9.7.2.1 Momentos de verdad y encuentro con el cliente

9.7.2.3 Administrando la demanda

9.7.2.4 Información

10. Conclusiones

11. Bibliografía

12. Glosario

13. Anexos

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“En el mundo se hablan unas 7.000 lenguas, pero la mayor parte de las personas se comunican en un número reducido de ellas. Algunas lenguas cuentan con una población nativa muy extensa, como el chino, el español, el hindi y el inglés. Otras no tienen una demografía tan potente, pero poseen una amplia difusión Internacional, como el francés, el árabe o el portugués. El español es la cuarta Lengua más hablada en el mundo como lengua nativa”¹.

Esto se advierte con claridad en la siguiente tabla (1):

Tabla 1. Lenguas más habladas en el mundo como nativas

IDIOMA	MILLONES DE HABLANTES
Chino	1200 millones
Inglés	478 millones
Hindi	437 millones
Español	392 millones
Ruso	284 millones
Árabe	225 millones
Portugués	184 millones
Francés	125 millones

Fuente: UNESCO.

Debido a la globalización e inmersión cultural que se ha venido presentado en el mundo; ciudadanos de otras nacionalidades y lenguas diferentes al español, ven este idioma atractivo para satisfacer diferentes necesidades. Según datos del Instituto Cervantes, hoy más de 450 millones de personas hablan el español, como lengua nativa, segunda y extranjera; ya que esta, es considerada como la lengua del mundo por número de hablantes nativos y el segundo idioma de comunicación internacional. Por otra parte, el catedrático de Lingüística de la Universidad de Valencia, Ángel López, dice que: “es interesante distinguir entre el

¹ Francisco Moreno Fernández y Jaime Otero Roth. Atlas de la lengua española en el mundo. Barcelona: Ariel - Fundación Telefónica, 2007.

término “hispanidad” e “hispanofonía”; puesto que, la hispanidad remite a los países hispanos, es decir, aquellos en los que el español, es lengua materna y representa la entidad étnica y cultural de sus habitantes; mientras que, en los territorios hispanófonos, son aquellos donde el español no es la lengua materna de la mayoría de sus habitantes, pero si son donde estos se mueven en su ámbito lingüístico con relativa fluidez, como ocurre en muchas regiones de Estados Unidos”².

A continuación, lo mencionado anteriormente, se expone, en las siguientes tablas(2) y (3):

Tabla 2. Población de los países hispanohablantes

PAÍS	POBLACIÓN
México	106.535.000
Colombia	46.156.000
España	44.279.000
Argentina	39.531.000
Perú	27.903.000
Venezuela	27.657.000
Chile	16.635.000
Guatemala	13.354.000
Ecuador	13.341.000
Cuba	11.268.000
República Dominicana	9.706.000
Bolivia	9.525.000
Honduras	7.106.000
El Salvador	6.857.000
Paraguay	6.635.000
Nicaragua	5.603.000
Costa Rica	4.468.000
Puerto Rico	3.991.000
Panamá	3.343.000
Uruguay	3.340.000
Guinea Ecuatorial	507.000
Total	407.740.000

Fuente: El estado del mundo 2009. Madrid: Akal.

²Enciclopedia del español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes. 2006 – 2007.

Tabla 3. Hispanohablantes en países donde el español no es lengua oficial

PAÍS	1. GRUPO DOMINIO NATIVO	2. GRUPO COMPETENCIA LIMITADA
Andorra	42.000	25.000
Argelia	300	48.000
Antillas Holandesas (Bonaire y Curaçao)	126.000	
Aruba	75.000	
Australia	107.000	341.000
Belice	107.000	22.000
Brasil	410.000	96.000
Canadá	253.000	293.000
Estados Unidos	36.305.000	6.405.000
Filipinas	439.000	
Guam (EEUU)	19.000	
Islas Caimán	2.000	
Islas Vírgenes (EE.UU.)	17.000	
Israel	90.000	85.000
Islandia	700	
Jamaica	8.000	
Marruecos	4.000	66.000
Noruega	12.500	
Rusia	3.000	
Sahara Occidental		22.000
Suiza	86.000	25.000
Trinidad y Tobago	4.000	
Turquía	400	8.000
Unión Europea (excepto España)	2.397.000	15.615.000
Otros Países	12.000	87.000
Total	40.520.000	23.138.000

Fuente: Censos oficiales de cada país.

La cifra actual de hispanohablantes que maneja el Instituto Cervantes está basada en la información procedente de los censos oficiales realizados entre los años 2000 y 2005, por lo que puede proyectarse al alza para el año 2009-2010. De ahí que el Instituto Cervantes estime que hoy ya hablan español más de 450 millones de personas, incluidos los hablantes de dominio nativo, los de dominio limitado y los hablantes de español como lengua extranjera. La estimación del número de

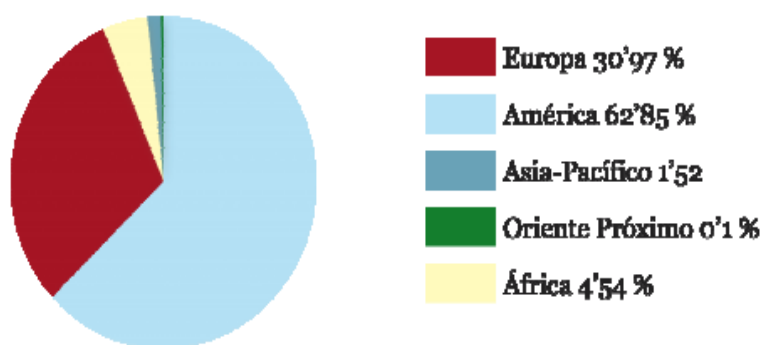
hablantes para el año 2050 es de 550 millones de personas³. Con base a lo antes mencionado, se puede decir que día a día, aumenta el número de personas interesadas en aprender más sobre otras culturas por medio de esta lengua; “aunque no existen datos universales, completos y comparables, se estima que al menos 14 millones de alumnos estudian español como lengua extranjera. Éste es el resultado de sumar el número de estudiantes de español existentes en la actualidad en 86 países que no tienen el español como lengua oficial; cuyas cifras se refieren, a todos los niveles de enseñanza incluida la no reglada. Esos datos no son completos ni exhaustivos y apenas reflejan datos de los centros de enseñanza privada. Por ello, el Instituto Cervantes ha calculado que la demanda real de español es, como mínimo, superior en un 25% a los datos que a continuación se detallan en las siguientes tablas”⁴.

³Ernesto Ríos. El español en los sistemas de información: perspectivas de futuro. Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación. Representación Permanente de España ante la FAO y el PMA, 2003. FAO: Trabajando en cooperación. Madrid, 2003 http://www.fao.org/tc/tca/esp/pdf/Ernesto_R%C3%ADos.pdf

⁴Francisco Moreno Fernández y Jaime Otero Roth. Atlas de la lengua española en el mundo. Barcelona: Ariel - Fundación Telefónica, 2007.

Tabla 6 y gráfico 3. Número aproximado de estudiantes de español en el mundo

África	511.186
Oriente Próximo	15.101
Asia-Pacífico	172.236
América	7.099.664
Europa	3.498.776
Total	11.296.963
Estimado IC	14.000.000



Fuente: Enciclopedia en el español en el mundo. Anuario del Instituto cervantes 2006-2007

5

De acuerdo a las estadísticas dadas por Francisco Moreno Fernández y Jaime Otero en su libro “Atlas de la lengua española en el mundo”; y a lo analizado en el texto informativo de “El español: una lengua viva”⁶, se dice que, existen indicadores parciales frente al crecimiento de la demanda del aprendizaje del español de los últimos años; de los cuales Brasil; según estimaciones de su Gobierno, contará con unas 30 millones de personas que hablarán español como segunda lengua en tan solo una década. No obstante, el número de matrículas de español de los Institutos Cervantes de todo el mundo se multiplicó por diez entre 1993 y 2008; arrojando un resultado del 21% mayor al del curso anterior.

⁵ Consultado y tomado el 20 de septiembre de 2014 de:
<http://www.cervantes.es/imagenes/file/prensa/el%20espaol%20una%20lengua%20viva.pdf>

⁶ Consultado el 20 de septiembre de 2014, en:
<http://www.cervantes.es/imagenes/file/prensa/el%20espaol%20una%20lengua%20viva.pdf>

En Colombia ya existen escuelas que ofrecen cursos de español para estudiantes provenientes de diferentes partes del mundo; como lo son: Nueva Lengua, Apple Language Courses, el Instituto Caro y Cuervo, los centros de idiomas en las distintas universidades del País; y por supuesto identidades Gubernamentales; tales como: El Ministerio de Educación, El Ministerio de Cultura, el Icetex, Proexport, Marca País, Spanish in Colombia; y por supuesto, el Instituto Cervantes (con sus sedes alrededor del mundo); etc. Estos programas de la enseñanza del español, se estructuran en diferentes formas, unos enfocados en brindar amplias oportunidades de disfrutar la cultura y la esencia de la diversidad en cada una de las grandes ciudades; y otros interesados en apoyar la estrategia integral, que propone el Gobierno actual de Colombia, para seguir avanzando en la promoción del país como destino para aprender español; cuyo objetivo es combinar los atractivos del turismo con el aprendizaje del idioma nativo, realizados normalmente en grandes ciudades; al igual que el de la cultura local y, adicionalmente, que estos programas se enfoquen, según las necesidades, a un lenguaje técnico-empresarial por medio de actividades desarrolladas tanto en el contexto diario de la calle, como organizando visitas a restaurantes, museos, mercados, entre otras. Además, algunos de estos programas de español, otorgan la certificación internacional de los cursos con un examen DELE (Diplomas de Español como Lengua Extranjera).

Por otra parte, Colombia es considerada como uno de los países más costosos para estudiar español; por tal motivo, algunos ciudadanos extranjeros escogen países como México, Guatemala o Argentina para realizar su inmersión de acuerdo a sus necesidades y capital; mientras que otros, encuentran a Colombia como un destino llamativo y de buena calidad para aprender el español como segunda lengua; debido a sus referentes lingüistas, literatos y escritores reconocidos tales como: José Asunción Silva y el premio Nobel, con su escritor más conocido a nivel mundial: Gabriel García Márquez.

Es por ello que, basándonos en lo dicho anteriormente, se pretende establecer con esta propuesta de negocio, el conjunto de actividades que determinen cuál es la cadena de valor pertinente para prestar un servicio de la enseñanza del español, que busca el valor de la diferenciación, su costo y el valor para el cliente, a través del alcance competitivo en una región ubicada en el Departamento de Cundinamarca, cuyo nombre oficial es “Villa de San Diego de Ubaté”, en honor a su fundador.

De acuerdo al “Plan de Desarrollo Municipal CREER EN UBATE VALE LA PENA 2012-2015”⁷, la Alcaldía del Municipio de Ubaté está buscando como ejes fundamentales de la acción de este gobierno, la vocación de trabajo y el sentido de pertenencia, mediante el cual se pretende dignificar y renovar la vida pública y la vida de las familias del municipio. No obstante, dentro de las propuestas del actual alcalde de la Villa de San Diego, existe una muy llamativa, ya que esta se abre a la propuesta de mercado que se está planteando para esta idea de negocio; la cual establece al trabajo como el factor que unirá a los habitantes del pueblo con el resto del país y el mundo, en el ejercicio de una democracia participativa con organizaciones civiles y sociales, con intelectuales, artistas, empresarios, obreros, campesinos, migrantes, estudiantes, amas de casa, niños, jóvenes y adultos mayores, personas en condición de discapacidad, desplazados, sin distinción de raza, credo o filiación política; cuyo objetivo primordial es el de generar empleo para el crecimiento armónico y equitativo del municipio; en otras palabras, esto quiere decir que el Alcalde de Ubaté está dispuesto a colaborar con ideas que ayuden a la economía y el reconocimiento social y cultural del pueblo; a recibir propuestas y peticiones de todos los Ubatenses; las cuales serán

⁷Este Plan de Desarrollo 2012-2015, recoge y presenta las principales sugerencias para el crecimiento armónico y equitativo de nuestra ciudad. Yo estoy seguro que nuestra administración y gobierno, estará a la altura de lo que demandan los habitantes de nuestra ciudad y convencido que juntos construiremos un Ubaté Mejor. Ing. Carlos Humberto Santana Malaver, actual Alcalde Municipal de Ubaté.

estudiadas y resueltas; con el fin de promover a Ubaté, como eje de unión a trabajo individual y colectivo.

Con base al contexto situacional de Ubaté, se puede destacar un crecimiento poblacional de 250 habitantes por año (datos del 2010 al 2014); contando actualmente con 38, 607 habitantes; de los cuales 21,234 componen la fuerza laboral o productiva del municipio, generando un PIB de 211,541.000 y una tasa de desempleo del 25% al presente año. En el ámbito educativo hay un número aproximado de 11, 000 personas entre niños y adultos matriculados, en las diferentes instituciones educativas del Municipio, en sus diferentes jornadas (mañana, tarde o noche); se espera un crecimiento del 3% en la tasa de escolaridad para el año de 2015.

Las principales fuentes de ingreso del Municipio son: la producción de lácteos y sus derivados con una participación del 5,2 % a nivel nacional, la producción agropecuaria con un 55.1%, la producción pecuaria con un 91.9%; y en un segundo nivel, la minería, la floricultura, el transporte de carga y el transporte masivo de pasajeros.

Partiendo de lo dicho anteriormente, se puede evidenciar un alto potencial de mercado; ya que en la actualidad, no existe una institución que preste un servicio de características similares a las de la presente propuesta en la región/Municipio de La Villa De San Diego De Ubaté o para ser más específicos, en general en el departamento de Cundinamarca, no hay programas que estén ofreciendo este mismo servicio, lo que hace que la idea de negocio de crear un programa de español para extranjeros con inmersión cultural en Ubaté, tenga una gran ventaja competitiva ante los demás programas ya existentes y ubicados en las grandes ciudades; no obstante, es pertinente resaltar, que Ubaté es un municipio que se encuentra en una buena ubicación geográfica tanto turística como social y culturalmente; que a su vez, aspira a ser novedoso, atractivo y competitivo a través de un tipo de ventajas distintas a las otorgadas por los programas ya existentes; es decir que el Municipio brinda economía, calidad de vida y oportunidades de empleo tanto para residentes como para visitantes; además,

cuenta con el apoyo del alcalde y otras entidades gubernamentales y privadas para favorecer la inmersión cultural y al mismo tiempo fortalecer la imagen del municipio como referente turístico, altamente competitivo, tanto nacional como internacional; cuyo estudio de mercado, nos conduce a pensar y a crear, una estrategia competitiva; la cual, a su vez, también nos permita una posición favorable dentro de un sector empresarial en Colombia. Con base a esto, se establece la siguiente pregunta investigativa la cual será resuelta a lo largo del proyecto en su fase de realización.

¿Qué tan viable es crear y adaptar un conjunto de actividades que determinen la cadena de valor de una prestación de servicio de un programa de la enseñanza del español a extranjeros en la región de Ubaté que alcance una ventaja competitiva en el segmento de mercado en el cual participa?

3. JUSTIFICACION

Según datos estadísticos dados por el Instituto Caro y Cuervo “Para el año 2013 la lengua española ha pasado a ocupar el segundo lugar de importancia, tanto en número de hablantes nativos, como en alcance en la comunicación internacional; un número cercano a los 18 millones de hablantes han aprendido, o aprenden actualmente el español como segunda lengua o lengua de cultura” ; por lo cual es necesario mencionar que Colombia se está posicionando como un destino turístico atractivo para ciudadanos del resto del mundo tanto como lugar de turismo, como un país de diversidad cultural, flora y fauna. Según una entrevista realizada por la Universidad Pontificia Bolivariana al director del Instituto Caro y Cuervo, el señor José Luis Acosta; confirma porque Colombia es uno de los destinos más escogidos por los extranjeros para aprender español; en cuyo dialogo, él dice que hay tres razones principales: la primera es porque Colombia tiene una infraestructura universitaria de altísimo nivel, cuenta con 20 de las 43 oficinas que enseñan el español en Iberoamérica; la segunda porque hay una estrategia integral del Gobierno; donde el Ministerio de Educación, de Cultura, el Icetex, Proexport, Marca País; están decididamente interesadas en apoyar para mejorar la estrategia; y la tercera; Colombia es un país con bastante maravillas, oferta cultural interesantísima, la mega diversidad; y lo más importante una percepción cada vez más positiva de que este es un país con muchos atractivos. En cuanto a la cifra que él menciona con respecto al avance de la promoción de Colombia como destino para aprender español, no se tiene exactamente un promedio de pero si una cantidad entre 1.500 a 1.700 estudiantes extranjeros que ingresan a programas de enseñanza de español por año⁸. No obstante, Andrea Linares

⁸ Universidad Pontificia Bolivariana (2013). *Encuentro internacional de español como Lengua Extranjera - Director Instituto Caro y Cuervo*{video}. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=DHXG8XUNQu8>.

expresa en su artículo “El 'mejor español del mundo' busca nuevos clientes”, publicado 07 de septiembre del 2013, en el Periódico El Tiempo que el Gobierno Colombiano ha construido una ambiciosa estrategia, que busca convertir al país en el mejor destino del planeta para los extranjeros que quieran aprender el idioma. De igual manera, en el 2013, el Ministerio de Cultura presentó Spanish in Colombia como una estrategia de promoción que ha pretendido consolidar una oferta de alta calidad que satisfaga las expectativas de aquellas personas interesadas en aprender y mejorar el dominio del idioma español; cuyas iniciativas fomentan la enseñanza del español a estudiantes extranjeros, teniendo en cuenta la ubicación geográfica que tiene Colombia en la mitad del continente americano; por el uso del español tradicional, por el acento que tienen los colombianos, el cual es muy fácil de entender para otras lenguas; por las excelentes universidades lexicográficas, lingüistas, literatos y poetas. No obstante, para complementar citaremos dos testimonios más de dos extranjeros que la Academia Colombiana de Lengua presenta en su entrevista. La primera al señor Casio Leal (Guía Brasileño) quien dice que: “el español de Colombia es muy limpio, no tiene mucha influencia de los otros países; entonces por eso, Colombia se hace un país; uno de los mejores para así aprender español; y la segunda a la señora Shan Shon (Guía China) quien opina que: “Colombia habla muy bien español; según dice (Bogotá sobre todo); Bogotá habla español perfecto, por eso venga aquí a aprender español”⁹; con estos testimonios reafirmamos que Colombia está avanzando en sus estrategias y presentaciones académicas de sus programas de enseñanza del español, difiriendo en el alcance competitivo con la de la competencia.

Según el periódico electrónico elheraldo.co, informan que:

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del país, Colombia ha tenido un crecimiento del 9,1% en ingresos de visitantes al país. Entre enero y mayo de 2014, se han registrado 1'637.992 entradas por parte de extranjeros; cuyos

⁹ Ministerio de Cultura (2014). *Spanish in Colombia, un reto para aprender español*.{video}. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Pv6BM5kwGo8>.

principales motivos de viaje para los extranjeros no residentes que llegaron a Colombia por vía aérea fue vacaciones, recreo y ocio con una participación de 68,2% dentro del total, seguido por negocios y motivos profesionales (19%), otros motivos (7%) y trabajo (3,3%). Para estos extranjeros Bogotá fue la principal ciudad de destino, seguida por Cartagena, Medellín y Cali; sin embargo, durante estos meses se destacó el crecimiento en el número de llegadas en ciudades como San Andrés (32,1%), Cúcuta (23,3%) y Cartagena (14%). Según la Viceministra, Estados Unidos fue el principal origen de los viajeros extranjeros no residentes que llegaron por vía aérea, con un 18,5% del total de llegadas. Le sigue la Unión Europea con 16,4% de participación, principalmente provenientes de España, Francia y Alemania. Los países que conforman Mercosur son los terceros emisores de viajeros extranjeros a Colombia con un 14,5% de participación¹⁰.

Con estos promedios, se refleja que Colombia posee unas cifras modestas de viajeros extranjeros con diferentes fines, el cual el 7% de ellos visitan Colombia con motivos posiblemente de venir a aprender español.

Por otra parte, la seguridad que el Estado Colombiano ha venido mejorando y brindando, refleja y conlleva a que se genere confianza en los emprendedores y empresarios extranjeros para que decidan visitar el país, conocerlo y en ocasiones hasta el punto de llegar a invertir su dinero en ideas de negocio y en turismo en el país.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, es evidente y un hecho que Colombia quiere situarse y apuntarse como un destino atractivo para que los extranjeros aprendan el idioma español a nivel mundial, por lo cual esto genera la oportunidad de crear escuelas que enseñen la lengua para cubrir estas necesidades en los ciudadanos extranjeros con otro idioma nativo; además hay que resaltar que

¹⁰ Elheraldo.co. (2014, 18 de agosto). *Crecen cifras de visitas de extranjeros a Colombia como destino turístico*. Disponible en: <http://www.elheraldo.co/turismo/crecen-cifras-de-visitas-de-extranjeros-colombia-como-destino-turistico-163265>.

Colombia tiene un valor agregado frente a los otros países de habla española, y es la calidad del idioma que pueden adquirir los visitantes, a través de las escuelas o de la informalidad que ofrece el día a día la lengua en las calles. Según la voz a voz, Bogotá es considerada una de las mejores ciudades para aprender un buen español.

Un sustento a las afirmaciones anteriores, es que en las calles de Bogotá y en otras ciudades de Colombia es más notoria la presencia de ciudadanos extranjeros en mayor cantidad con respecto a algunos años como se mencionó anteriormente. De acuerdo, a las cifras suministradas por PROEXPORT, el índice de llegadas de viajeros extranjeros a Colombia por año desde el 2004 al 2013, ha crecido de manera constante. “En el periodo enero-junio de 2013 se registró un incremento del 7,2% en la llegada de viajeros extranjeros al país frente al mismo período del año anterior, cifra que es consistente con el crecimiento de los últimos dos años”. Al proyectarse Colombia como destino turístico, los extranjeros conocen la cultura, por lo cual en ocasiones éstos toman la decisión de radicarse o pasar tiempos largos en el país, para conocerlo a fondo, es por ello que surge la idea de cubrir una necesidad de mercado, creando una escuela de español atractiva y competitiva; la cual pretende ofrecer una inmersión cultural, servicios adicionales y cómodos costos para los estudiantes extranjeros; y al mismo tiempo se pretende generar opciones laborales tanto como para los extranjeros como para los colombianos; brindando la oportunidad de tener una visión de Colombia favorable al poner en contacto al ciudadano extranjero con todas las prácticas culturales a las que se pueda tener al alcance.

Mencionado lo anterior, se pretende con el presente proyecto ofrecer un servicio de un programa de enseñanza del español; el cual tiene como valor agregado una inmersión cultural en el Valle de Ubaté, exponiendo al estudiante extranjero en contacto con una comunidad local, y al mismo tiempo que pueda compartir costumbres tanto urbanas como rurales del Municipio, visitas a lugares turísticos de la región, con cómodos costos y servicios adicionales; tales como: alojamiento y alimentación en casas de familia o brindando la posibilidad de rentar una

habitación, oportunidad de laborar en cargos informales dentro de la comunidad, con el fin de facilitar a los estudiantes extranjeros su estadía por Colombia, y a su vez garantizar una experiencia significativa en sus vidas.; no obstante, el municipio de Ubaté, los fines de semana es visitado entre 10 a 12 extranjeros, más que todo europeos y chinos con fines de turismo y 4 jóvenes por año que vienen con el programa “AFS Colombia” quienes proporcionan a los jóvenes del mundo intercambio cultural de manera segura y efectiva.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Describir la cadena de valor para la prestación del servicio de enseñanza del español a extranjeros a través de la inmersión cultural en Ubaté.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar los componentes teóricos pertinentes para alcanzar la ventaja competitiva a través de un modelo de cadena de valor.
- Precisar la cadena de valor, establecidas en otros programas de enseñanza del español a extranjeros en Colombia.
- Establecer el conjunto de actividades en la inmersión cultural de valor que determinen la diferenciación de un servicio de un programa de enseñanza del español a extranjeros más llamativo dentro del segmento de mercado.

5. HIPOTESIS DE TRABAJO

Debido a que el propósito del trabajo emerge de establecer una cadena de valor, la hipótesis principal es afirmar que existe una cadena de valor diferenciada en el programa de aprendizaje del idioma español, al determinar un prototipo de cadena de valor agregado esta hipótesis se confirmaría, igualmente se propone verificar como hipótesis adicional si la inmersión cultural como un componente de la cadena de valor en la provincia facilita el aprendizaje del idioma español determinando una cadena de valor más atractiva para el estudiante extranjero, debido a que una escuela de español en una provincia campesina, con riqueza y colorido local, que se visiona viable y económica y culturalmente más atractiva para una franja del mercado del aprendizaje del español por parte de extranjeros, que claramente en lo anterior se expresa la hipótesis principal de ésta investigación.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 Cadenas de valor:

El concepto de cadenas productiva surge por primera vez en Francia y es desarrollado por Gereffi (1999), posteriormente es retomado en el sistema de Porter (1991) en su obra *La Ventaja Competitiva de las Naciones*, con la finalidad de conocer las relaciones que existen entre los diferentes actores y posteriormente agruparlos para analizar la situación de cada eslabón e integrarlos en una cadena.

Gereffi (1999) define a la cadena productiva como un conjunto de actividades que involucran desde la producción primaria de bienes intermedios hasta la comercialización de un producto en específico, siendo elementos críticos de la cadena los intermediarios que se insertan entre cada eslabón. Basándose en ese concepto, Bair y Dussel-Peters (2006) mencionan que las cadenas productivas integran a las industrias desde la producción primaria hasta la comercialización, la cual puede ser local o internacional, ya que los acuerdos internacionales han sido un factor que ha fortalecido a la creación de cadenas globales en los sectores productivos de los países. En ese sentido, Giuliani et al. (2005) establecen que los efectos de la globalización con las políticas de tipo neoliberal y los avances en informática han ocasionado cambios en los sistemas productivos, en los canales de distribución y los mercados financieros, para las firmas pequeñas de los países en desarrollo la participación en las cadenas globales es una vía para obtener información sobre las necesidades y el modo para ganar acceso a nuevos mercados.

Por su parte Acosta (2006) establece que las cadenas productivas son un conjunto de actores que se relacionen en función a un producto específico, para agregar o aumentar su valor a lo largo de los diferentes eslabones, desde su etapa de producción de materias primas hasta el consumo, incluyendo la comercialización,

el mercadeo y la distribución del producto terminado, por tal motivo las denomina cadenas de valor. En el mismo Tenor Cilloniz y colaboradores (2003) mencionan que es una concentración de empresas con la misma actividad estrechamente relacionada vertical y horizontalmente, con importantes economías relacionadas, de aglomeración y especialización; y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva. Tal concentración en una región atrae a los clientes incrementando así el mercado, la competencia induce especialización, división del trabajo y por lo tanto la competitividad, la interacción de las empresas encadenadas ocasiona mayor aprendizaje productivo, tecnológico y comercial, facilitando la acción colectiva al interior de los eslabones y entre los eslabones de la cadena.

Por otra parte Porter (1991) menciona que las cadenas de valor son todas aquellas actividades que una organización requiere desarrollar para llevar un producto desde el productor primario hasta el comprador final en un sistema de negocios, definiendo valor como la cantidad que un comprador está dispuesto a pagar por lo que una empresa está dispuesta a ofrecer.

Los autores citados coinciden en que las cadenas de valor comparten elementos centrales, los actores que intervienen desde la producción primaria hasta la comercialización de los productos terminados, los cuales se articulan hacia adelante, hacia atrás y entre los mismos actores de cada eslabón; teniendo como objetivo primordial el dar valor agregado a la producción de un bien específico.

Porter (1998) estudia a las cadenas de valor a través del concepto de Clusters (herramienta para el análisis de aquellos factores que permiten a una industria específica incorporar nuevos eslabones en su cadena productiva, los factores que determinan el uso de nuevas tecnologías en sus procesos, y los factores determinantes de la generación de actividades de aglomeración); definido como una concentración geográfica de compañías interconectadas en un campo en particular, liga a las industrias para ser competitivas, incluye especialización, insumos, mecanización, servicios e infraestructura. Destaca que los Clusters se

articulan hacia atrás y hacia delante y también lateralmente fortaleciendo la cadena de valor.

Las ventajas que presentan las Clusters son críticas para la competitividad debido a que incrementan la productividad de las empresas en un territorio determinado; manejan la dirección y el espacio de las innovaciones y por último simultáneamente favorecen la creación de nuevos negocios los cuales expanden y fortalecen al Cluster (Porter, 1998).¹¹

Para este proyecto se ha tomado como referencia el modelo de cadena de valor propuesto por Michael Porter en su libro “Ventaja Competitiva”; quien la define como un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente¹²; no obstante, estas actividades de valor son los muros discretos de la ventaja competitiva; ya que como cada actividad es desempeñada en combinación con su economía, determinará si una empresa tiene un costo alto o bajo en relación con sus competidores; y al mismo tiempo determinará la contribución a las necesidades del comprador y por lo mismo, a la diferenciación. El comparar las cadenas de valor de los competidores expone diferencias que determinan la ventaja competitiva, además que se demanda como una muy buena estrategia dentro de la competencia del mercado; es decir, que la cadena de valor en términos estratégicos es una poderosa herramienta que debe ser usada por cualquier estratega. Es por ello, que se pretende a partir de una cadena de valor encontrar una estrategia de diferenciación que haga que Spanish4all sea altamente competitiva dentro del segmento de mercado en el que participa en una provincia cercana a la ciudad capital en Colombia y que se ajuste a la idea de negocio que se propone en este

¹¹ Tomado y consultado en enero de 2015: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Cadenas%20de%20valor.htm>.

Tesis doctorales de Ciencias Sociales LA COMPETITIVIDAD DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCALIZADO PRODUCTOR DE QUESOS TRADICIONALES Enrique Espinosa Ayala.

¹² Porter, M. (2013). Ventaja Competitiva. México: grupo editorial patria.

proyecto; partiendo de una ventaja competitiva, de la reducción de costos, de la diferenciación y concentración.

A continuación se observa el modelo de la gráfica mencionado anteriormente:



13

6.2 Marco conceptual

Conforme a los enfoque teóricos observados en el marco teórico se han seleccionado para la realización de éste proyecto una serie de conceptos fundamentales que harán referencia a los temas relacionados con la creación y con el funcionamiento de una escuela de español; cuyos procesos serán tomados y analizados de algunos modelos de negocio que ofrecen este mismo tipo de servicio, para establecer la cadena logística más competente y novedosa de una escuela de español en una provincia colombiana a través de la inmersión en un medio regional rico en diversidad cultural y naturaleza como lo es la Villa de San

¹³ Disponible en: <http://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>. Consultado en diciembre de 2014.

Diego de Ubaté. De igual manera, se hace necesario profundizar en ciertos aspectos que componen el tipo de institución educativa que se pretende realizar; tales como: cadena logística, Inmersión cultural, tipos de escuela de idiomas y todo lo que encierra la diversidad que ofrece la región, ya antes mencionada.

6.3 Inmersión cultural:

Se entiende como la adaptación de un individuo en un ambiente ajeno, en donde se involucra con la realidad, las costumbres y todo lo que rodea el ambiente al que ha llegado para así de ésta manera ser partícipe de la cotidianidad del entorno al que ha llegado, dominando los diferentes contenidos que comprenden su funcionamiento diario. En otras palabras, una persona que llega a un lugar diferente al propio y que con su diario convivir comprende y aplica las diferentes costumbres y demás aspectos propios del lugar en el que se encuentra ahora.

6.4 “Villa de San Diego de Ubaté”¹⁴

Ubaté, capital lechera de Colombia cuenta para el año de 2014 con una población de 38.607 habitantes. Ubaté es un municipio colombiano que se encuentra situado dentro de un muy buen alcance geográfico; al Norte del Departamento de Cundinamarca (Colombia). A Ubaté solo se puede llegar mediante el transporte terrestre, La cabecera del municipio de Ubaté se encuentra localizada a los de longitud norte y de longitud oeste, a una altura de 2.600 metros sobre el nivel del mar. Sus límites geodésicos dados por el Instituto Agustín Codazzi fueron aprobados por Decreto Departamental 441 de 15 de mayo de 1950, ratificado por Decreto Nacional 1510 de 9 de julio de 1951, con los siguientes municipios: Cucunubá, Lenguazaque, Guachetá, Fúquene, Susa, Carmen de Carupa y Sutatausa. Su climatología en la zona plana de 2600 m.s.n.m corresponde a clima frío que oscila entre 13 y 14 ° C aproximadamente.

6.4.1 HIDROGRAFIA

¹⁴ Información consultada y tomada del (Plan De Desarrollo Municipal) de la alcaldía de Ubaté 2012-2015.

El Municipio de Ubaté pertenece al área hidrográfica del Río Ubaté y Suta, tiene un área de influencia de 612m cuadrados, descarga sus aguas en la hoya del río Suarez y a su vez en la laguna de Fúquene. Las aguas bajan de la zona de páramo de la vereda el Volcán, Soaga y Guatancuy, hacia la zona ondulada generando una red hídrica de caños, quebradas y ríos que irrigan de agua las zonas planas del municipio.

6.4.2 PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

El 80% de las viviendas rurales ocupadas, con personas presentes el día del censo, tenían actividad agropecuaria. Porcentaje de viviendas rurales ocupadas, con personas presentes el día del censo, y que tenían actividad agropecuaria: agrícola 55.1%, pecuaria 91.9%, piscícola 0.6%. La mayoría de las viviendas tiene simultáneamente 2 o 3 tipos de actividades. La agricultura del municipio de Ubaté, se ubica principalmente en las zonas altas, con pendientes entre el 5 y el 35%.

6.4.3 OTROS CULTIVOS

Debido a los fracasos en cultivos tradicionales y al área reducida de las fincas, se están presentando nuevas alternativas de producción con paquetes tecnológicos adecuados. Entre estos cultivos sobresalen:

➤ FRUTALES

Durazno, manzana, ciruela, mora, curuba, uchuva, fresa y lulo. El área aproximada de los cultivos es de 20 hectáreas. Los rendimientos, la calidad y el mercado han sido muy buenos.

➤ HORTALIZAS

Se está incrementando el área debido a que el consumo de hortalizas regadas con agua limpia se está incrementando los resultados son muy buenos.

➤ FLORICULTURA

En el municipio de Ubaté encuentra una empresa llamada Flores Ubaté, en ella trabajan 250 personas y genera de forma indirecta 192 empleos. Con los trabajadores se establecen relaciones laborales asalariadas, con pagos promedio equivalentes al salario mínimo legal vigente. El área destinada a la producción es de 12 has. Las flores que producen son el clavel y el limonium. La empresa está asociada a Asocolflores y al programa Florverde con el que se efectúa en reciclaje.

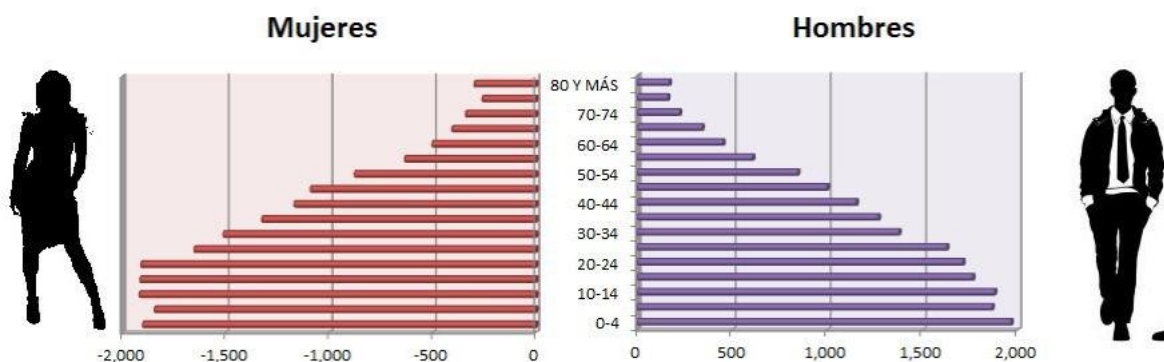
Los principales problemas de ésta actividad económica son los costos ascendentes y descontrolados de los insumos, incertidumbre del mercado, bajos precios y una demanda inestable del producto, el alto costo de la energía, alto costo de los créditos, alto riesgo del producto por ser perecedero, incidencia de los factores climáticos en la producción (temperatura, luminosidad y vientos).

6.4.4 PRODUCCIÓN PECUARIA

El desarrollo pecuario se centra fundamentalmente en ganado bovino, porcino, explotación avícola, piscícola y algunas especies menores importantes como ovinas, caprinas y conejos. La porcicultura aporta el 5.6% de la producción departamental, siendo Ubaté y Carmen de Carupa los municipios más importantes, con razas como Landrace, Duroc y Criollo. La cría de ovejas es bastante representativa de los minifundios y micro fundíos de los predios de ladera, las razas más utilizadas por los campesinos es la criolla y cruces, la raza criolla por su rusticidad, capacidad de adaptación climática, producción de lana y carne y la posibilidad de tener entre uno o dos crías, representan importantes beneficios para el campesino.

6.4.5 DEMOGRAFÍA

De acuerdo a las proyecciones de DANE, para el 2011 existen 37.936 habitantes de los cuales 18.411 son hombres en un 48.5% y 19.525 son mujeres teniendo el 51.5%, con esto se puede analizar que existen 2.9% más de habitantes del sexo femenino, respecto a la población total del municipio, (ver gráfica):



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal “Crear en Ubaté vale pena” 2012-2015.

De acuerdo a la proyección del Dane el incremento estimado para la población de Ubaté es del 0.65% anual; es de aclarar que estos datos no contemplan la población flotante que existe actualmente en el municipio, a causa del desarrollo económico minero que tiene los municipios vecinos, siendo el municipio de Ubaté, atractivo para la abundante mano de obra no calificada que ha migrado de diferentes partes del país y encuentra en Ubaté un lugar ideal para establecer su residencia, debido a su condición de cabecera municipal y a la oferta de servicios públicos, financieros, educativos y económicos.

La anterior situación tenido repercusión en el aumento de los costos de arrendamiento, el auge de la construcción, el aumento de las necesidad de cupos en las instituciones educativas y las congestiones en el aseguramiento de Salud.

Grupos de edad	2013			2014		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
TOTAL	38,395	18,650	19,745	38,607	18,768	19,839
0-4	3,845	1,956	1,889	3,832	1,950	1,882
5-9	3,691	1,854	1,837	3,697	1,857	1,840
10-14	3,705	1,839	1,866	3,663	1,816	1,847
15-19	3,632	1,753	1,879	3,603	1,745	1,858
20-24	3,579	1,688	1,891	3,544	1,671	1,873
25-29	3,461	1,701	1,760	3,535	1,729	1,806
30-34	2,992	1,466	1,526	3,053	1,512	1,541
35-39	2,678	1,281	1,397	2,724	1,295	1,429
40-44	2,378	1,187	1,191	2,412	1,201	1,211
45-49	2,115	1,025	1,090	2,126	1,038	1,088
50-54	1,816	874	942	1,854	887	967
55-59	1,346	664	682	1,396	688	708
60-64	965	462	503	977	471	506
65-69	760	349	411	763	352	411
70-74	564	235	329	568	244	324
75-79	418	156	262	415	155	260
80 Y MÁS	450	160	290	445	157	288

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal “Crear en Ubaté vale pena” 2012-2015.

6.4.6. Pandillas Juveniles y Seguridad:

En el Municipio de la Villa de san Diego de Ubaté, se encuentran consolidadas algunas Pandillas juveniles, denominadas grupos subnormales, principalmente en la salida hacia el antiguo botadero y los fines de semana en el sector de la vía a Chiquinquirá.

➤ Invasiones y Desplazamientos

Ubaté, no es un municipio que se encuentre en este momento declarado como zona especial de orden público, como tampoco se tiene conocimiento sobre la colocación de minas antipersonal o que existan victimas sobre este grave delito, igualmente, el municipio no es expulsor sino receptor de población objeto del desplazamiento interno, por causa del conflicto armado colombiano.

Desde el primero de marzo de 2008, hasta la fecha dic, 2010 la Personería Municipal ha realizado alrededor de doce foros en las diferentes instituciones educativas del municipio de Ubaté, tanto urbanas como rurales, y en el auditorio de la Universidad de Cundinamarca, en los cuales se han divulgado ampliamente los derechos fundamentales de niños y adolescentes, así como la primacía de su aplicación y respeto por parte de la familia, sociedad y el estado, basado en el interés superior de los NNA (Niños, niñas y adolescentes); todo lo anterior con fundamento en lo consagrado en el artículo 44 Superior y en la ley 1098 de 2006, y con fundamento en esta misma normatividad que también se ha capacitado a más de siete mil (7000) niños y adolescentes, así, como a sus padres o acudientes, sobre sus deberes, prevención del alcoholismo, de la drogadicción, del abuso sexual infantil, trata de personas, erradicación del trabajo infantil, del nuevo sistema de responsabilidad penal para adolescentes, sobre proyecto de vida y su importancia para el desarrollo armónico e integral, sobre la necesidad de rescatar los principios y valores fundamentales del ser humano, tales como el respeto, la solidaridad, la responsabilidad, honradez, disciplina, cumplimiento de normas entre otros, así mismo, se ha dado relevancia sobre la importancia de utilizar los mecanismos legales de participación ciudadana para exigir de las autoridades o de los particulares el respeto de sus derechos constitucionales.

De acuerdo a esto y según censo en Ubaté se encuentran declarados en condición de desplazamiento según la personería en el municipio 117 familias con 499 personas.

6.4.7 LA EDUCACIÓN EN UBATE VALE LA PENA

6.4.7.1 DIAGNOSTICO

Con el tema de la globalización que se ha ido presentando en el mundo, se hace necesario que la educación en Colombia se vuelva una parte esencial en el desarrollo de las personas. Por tal razón es de gran vitalidad tener orientación de las entidades educativas públicas y/o privadas, entre ellas la Administración municipal quien juega un papel importante, pues es el gestor de los diferentes

programas que serán desarrollados en esta administración 2012-2015, y por las Instituciones educativas del municipio. Además uno de los programas deberá ser el fortalecimiento de la educación básica; ya que allí es donde se da la formación, se desarrolla el aprendizaje y se fortalecen las nuevas generaciones quienes transmitirán las costumbres, valores y conocimientos día a día; y otro es el fortalecimiento del bilingüismo frente a la enseñanza del inglés tanto en la comunidad rural como en la urbana; no obstante, en Ubaté no hay presencia de agrupaciones indígenas que hablen otras lenguas diferentes al español; por tal motivo la propuesta de la idea de negocio que se plantea en el presente proyecto, va enfocada a la novedad de la enseñanza del español para extranjeros no hablantes de la lengua, tomando como ventaja el contexto cultural y social que este municipio brinda para la realización de ello.

Es por ello que se debe enfocar el fortalecimiento de las nuevas técnicas de educación con el fin de cumplir objetivos que lleguen a mostrar un municipio interesado en el desarrollo de nuestros estudiantes, un municipio estructurado en educación con metas y proyectos que son beneficio para cada persona, un municipio con oportunidades de aprendizaje para los niños, los adultos, población desplazadas, desprotegida o las personas con discapacidad, quienes son el pasado, presente y futuro para el desarrollo de nuestra nación; son la muestra de nuestro empuje Ubatense, capaz de enfrentar desafíos con cultura y respeto. Por tal razón se hace necesario buscar calidad en la educación y así mismo, la disminución del analfabetismo ya que en este momento no debería estar presente, sin embargo no se puede tapar los ojos a esta realidad, que nos lleva a construir programas de educación aportando en la evolución de nuestra humanidad.

No obstante al continuar con el análisis, de las necesidades que presentaron en las mesas de trabajo, reunión con los representantes de cada institución, se encontró que existen otras problemáticas que son importantes de atender en nuestro municipio como son la desnutrición y cupos para los niños de escasos recursos, niños desplazados; la atención adecuada a la población con discapacidad, que aún no han sido identificada en su totalidad. A su vez no se

puede descuidar la atención y oportunidades que deben tener los niños que viven en lugares distantes de las instituciones, debidos a que los recorridos son muy largos generando desmotivación en asistir a los lugares de aprendizaje, creando una pauta de deserción estudiantil. Pues todo se debe a la falta de recursos, motivación por parte de las instituciones, quienes a veces no transmiten la información de una manera óptima y adecuada para que el niño comprenda, atienda y se interese por la búsqueda del conocimiento, para un futuro mejor. Así mismo se debe fortalecer las nuevas técnicas de estudio, como la implementación de otros idiomas que nos permitan crecer culturalmente, fomentando nuevas oportunidades de desempeño laboral; que lo lograremos en un 90% si también apoyamos en la enseñanza de otras áreas como son la matemáticas, lecturas, valores, respeto, que se dará con la ayuda de un profesional que escuche, oriente y se dé cuenta de las capacidades que el alumno tiene; y así fortalecerlas, de tal forma que el niño en el momento de elegir la carrera y pasar a la educación superior sea clara para su futuro, por tal razón la administración municipal buscará estrategias para llegar a tal fin. Aún más con la apertura del TLC, pues esto lleva a crear personas competitivas, con conocimiento, y diferentes idiomas, que abrirá las puertas en las nuevas tecnologías, en las variables formas de trabajo que ofrece el mundo universal, por eso no debemos dejar a un lado el aprendizaje, el manejo de las comunicaciones y el uso de los sistemas que será una herramienta para el desempeño de nuestra futura generación.

Por otra parte el municipio de Ubaté cuenta con 5 instituciones educativas en el sector público y 11 instituciones educativas en el sector privado las cuales están conformadas de la siguiente manera:

LISTADO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL MUNICIPIO DE UBATÉ

Cuya mayoría fomentan el Bilingüismo.

**INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DEL MUNICIPIO DE
UBATÉ**

DATOS 2011 Y 2012

INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS	
1.	I.E.D. SANTA MARIA
2.	I.E.D.NORMAL SUPERIOR
3.	I.E.D. BOLIVAR
4.	I.E.D. EL VOLCAN
5.	I.E.D. BRUSELAS

CUADRO 1- FUENTE: AREA JEFE DE NUCLÉO DEL MUNICIPIO.

INSTITUCIONES EDUCATIVAS PRIVADAS	
1.	JAIME ANGEL
2.	JARDÍN INFANTIL
3.	F.CO. DE PAULA SANTANDER
4.	LICEO PEDAGÓGICO LOS NIÑOS DEL FUTURO
5.	INST. DE CIENCIAS AGROINDUSTRIALES
6.	JOSÉ ANTONIO GALÁN
7.	LICEO DE LOS ANDES
8.	LA PRESENTACIÓN
9.	SAN FRANCISCO DE ASÍS
10.	LICEO DE LOS REYES
11.	LA SABIDURÍA (ADULTOS)

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal “Crear en Ubaté vale pena” 2012-2015.

CUADRO 3- FUENTE: ÁREA JEFE DE NUCLEO DEL MUNICIPIO.

TOTAL ALUMNOS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DEL MUNICIPIO DE UBATÉ (DIURNO, NOCTURNO Y SABATINO)

DATOS 2011 Y 2012		
INSTITUCION EDUCATIVA	CANT. DE ALUMNOS 2011	CANT. DE ALUMNOS 2012
I.E.D. SANTA MARIA	1,839.00	1,866.00
I.E.D.NORMAL SUPERIOR	2,355.00	2,205.00
I.E.D. BOLIVAR	2,146.00	2,302.00
I.E.D. EL VOLCAN	584	550.00
I.E.D. BRUSELAS	476	479.00
TOTAL ALUMNOS INSTITUCIÓN JORNADA DIURNA PÚBLICA	7,400.00	7,402.00
TOTAL NOCTURNA		286.00
TOTAL SABATINO		392.00

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal “Crear en Ubaté vale pena” 2012-2015.

TOTAL ALUMNOS NOCTURNO Y SABATINO - INSTITUCIÓN PÚBLICA		678.00
JAIME ANGEL		57
JARDIN INFANTIL		67
FCO. DE PAULA SANTANDER		22
LICEO PEDAGÓGICO LOS NIÑOS DEL FUTURO		134
INST. DE CIENCIAS GROINDUSTRIALES		121
JOSÉ ANTONIO GALÁN		301
LICEO DE LOS ANDES		130
LA PRESENTACIÓN		787
SAN FRANCISCO DE ASIS		114
LICEO DE LOS REYES		220
LA SABIDURIA (ADULTOS)		49
TOTAL ALUMNOS INSTITUCION PRIVADA		2,002.00
TOTAL ALUMNOS DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DEL MUNICIPIO DE UBATÉ (DIURNO, NOCTURNO Y SABATINO)	7,400.00	10,082.00

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal “Crear en Ubaté vale pena” 2012-2015.

Realizada la consolidación de la información presentada anteriormente, permite determinar con cuantas instituciones cuenta el municipio, a que instituciones se debe dirigir más la atención y que programas se puede implementar. En lo que respecta a la variación de la población estudiantil del 2011 al 2012 en las instituciones educativas públicas tan solo se presenta un aumento del 3% que es adecuado, ya que se está manteniendo casi el mismo porcentaje de cupos, no obstante lo ideal es poder aumentar aún más con la ayuda de la participación de los estudiantes. Sin embargo podemos ver, que al no ser tan representativo el aumento de niños, se presenta una variación en las instituciones educativas, como lo es la I.E.D Normal Superior, en la cual disminuyó la participación de los alumnos en esta institución; lo contrario que sucedió con las I.E.D. Simón Bolívar quien tuvo un aumento del 2% de cupos estudiantiles, mientras que la I.E.D. Santa María se mantuvo sin presentar ninguna variación.

En lo que concierne a la cantidad de niños que aprobaron el curso, se evidencia que la mayor parte de dio en el sexo masculino, de igual forma sucede con los alumnos que reprobaron, pues allí también los hombres presentan la mayor porcentaje con relación a las mujeres. Por tal razón se debe trabajar más con el fin de disminuir la reprobación de los niños, pues de esta manera se tendrá la posibilidad de dar más oportunidad a los niños, y a su vez garantizar que cada alumno tenga buenas base en la educación básica.

De igual manera se debe crear conciencia en la utilización de los recursos naturales que son importantes para toda la comunidad Ubatense, ya que sin ellos a futuro no se tendrá los mismos beneficios que hoy día nos brinda nuestro entorno, porque es muy triste que poco a poco se vayan acabando el agua, la capa de ozono, los cultivos, sin tomar alguna medida que permita mitigar esta gran afectación, y de nosotros depende que los niños día a día vayan rescatando el cariño que debemos tener hacia el medio ambiente. Por eso también es necesario iniciar con la recuperación de los parques ecológicos, que debe ser impulsado por las instituciones educativas, y demás instituciones, pues de allí se debe iniciar los procesos de concientización hacia el medio ambiente.

Por otra parte se encuentra la problemática de la seguridad y violencia intrafamiliar, influyendo en el crecimiento y educación de los niños, causando traumas que no permiten el desarrollo adecuado de ellos, por eso es importante trabajar con los padres de familia, quienes aportan aún más en la educación del niño. De igual forma se debe proteger a la población estudiantil de las inseguridades que se están presentando a la salida de los colegios, debido a que se han creado jornadas y cursos diferentes del horario diurno, a causa de tener más niños y poco espacio en los colegios que tan poco permiten una enseñanza con calidad, el cual se debe tener en cuenta para la gestión correspondiente. De esta forma se contribuye adecuadamente en el crecimiento de los niños. De igual manera la iluminación juega un papel importante, pues sin ella en las noches no es posible ver el lugar, creando focos vulnerables para dicha población, como la protección de las instituciones educativas que hoy día carecen algunas de un

vigilante o medida de protección acorde al lugar, ya sea en el día o en la noche tema que debe ser revisado profundamente, ya que en algunas ocasiones se requieren más, para evitar, que personas extrañas se acerque a las instituciones creando riesgo a la población estudiantil.

Además se deben realizar evaluaciones periódicas de las instalaciones; con el fin de no descuidar el mantenimiento y creación de nuevos espacios de cada institución, ya que al analizar el horario que tienen los estudiantes, se puede decir que este es el segundo hogar. Por tal razón es de gran importancia que sean acordes, armoniosos y agradables para los niños y jóvenes quienes ocupan la cuarta parte de la población de nuestro municipio.

Algunos de los programas que podrían ser parte de la Cadena de Valor de esta idea de negocio:

SECTOR	EDUCACION
DIAGNOSTICO	Mejor la calidad de bilingüismo (barrio san francisco, cerrito y discapacitados)
P.N.D.	Esta articulado con el Plan de Desarrollo de Cundinamarca
OBJETIVO	Incrementar la utilización del bilingüismo como otra alternativa de vida (cpt)
PROGRAMA	Bilingüismo una puerta al futuro

SUBPROGRAMA	Realizar capacitación a docentes		
LINEA BASE	64.75		
METAS	DE RESULTADO Capacitar al 25% de los docentes de los 259	DE PRODUCTO	
INDICADOR	DE RESULTADO No de personas capacitadas/ No de personas proyectadas	DE PRODUCTO	
ESTRATEGIAS	Realizar 5 talleres integren la naturaleza con el bilingüismo a la población estudiantil		
ACTORES	PUBLICOS Docente, Estudiantes, y Grupo de apoyo.	PRIVADOS	COMUNITARIOS
DEPENDENCIAS			
RESPONSABLES	Planeación		

PROGRAMA	Bilingüismo una puerta al futuro		
SUBPROGRAMA	Realizar capacitación a docentes		
LINEA BASE	0		
METAS	DE RESULTADO Apoyo y adecuación de aulas de bilingüismo de las IED	DE PRODUCTO	
INDICADOR	DE RESULTADO No. instituciones apoyadas/ No. de instituciones x apoyar	DE PRODUCTO	
ESTRATEGIAS	Dotación de elementos audiovisuales, de bilingüismo.		

Fuente: Plan de Desarrollo Municipal “Creer en Ubaté vale pena” 2012-2015.

6.4.8 EN EL ASPECTO CULTURAL

La calidad de vida de los habitantes de la villa de san diego de Ubaté se ha venido deteriorando debido al crecimiento desordenado de la zona urbana y rural y la falta de sentido de pertenencia de la comunidad en general.

El Municipio se encuentra en un proceso acelerado de cambio en sus costumbres lo que pone en peligro la tradición cultural que lo caracterizó y le dio relevancia a nivel nacional. Esta situación coyuntural hace que sea prioritario un gran esfuerzo por capacitar a la población en general para afrontar el reto que constituye convertirse en ciudad. El programa de gobierno “CREER EN UBATÉ VALE LA PENA” en la parte cultural pretende atender esta problemática y por medio de un proceso de concientización y capacitación mejorar las condiciones de vida de las personas, creando los espacios de integración ciudadana.

La dirección de cultura y turismo se propone motivar a los Ubatenses en el buen uso del tiempo libre, rescatando las tradiciones de la región e inculcando a los ciudadanos los valores que nos identifican. Se establecerán programas de cultura ciudadana para mejorar la convivencia y concientizar a los pobladores de la historia, los recursos, el trabajo en equipo y el uso ambientalmente sostenible del territorio.

El aspecto cultural del individuo se va a considerar como un polo de desarrollo para la generación de bienestar, la conservación del medio ambiente y la integración social. Para que se puedan producir un cambio en la forma como los ciudadanos perciben su entorno y miran al prójimo, es necesario acudir a unos principios o pilares fundamentales como son los valores humanos, que serán trabajados durante los años venideros en campañas institucionales y en eventos culturales.

6.4.9. IDENTIDAD CULTURAL

La música tradicional de la zona andina arraigada en la provincia del Valle de Ubaté, era parte de la vida cotidiana de las familias y en las letras que hacían los compositores se rescataban las costumbres y los valores culturales.

Muchas de estas tradiciones se han perdido por falta de difusión de nuestra cultura por los medios de comunicación, la escases de docentes que promuevan la cultura en los colegios y el bajo presupuesto de las administraciones municipales. También ha tenido influencia en la evolución del comportamiento de los Ubatenses, el cambio climático y el acceso a la televisión globalizada que ha impuesto el consumo de marcas, perdiéndose así la costumbre de usar ropa autóctona.

El campesino actual ahora se dedica a la minería y el campo no se trabaja como antes, cambiando la agricultura por el pastoreo de vacas que cada día le quitan más terreno al bosque nativo y a los páramos causando un grave daño ambiental. El Ubatense rural ha perdido el interés por la huerta casera, la gallina criolla, la cría de conejos, el huevo campesino. El minero campesino compra en el pueblo, garbanzos, lentejas, arroz, pastas y otros artículos, muchas veces importados que han cambiado su dieta. El campesino Ubatense ya no produce para el consumo de las ciudades, sino que trabaja para comprar los elementos de consumo en las ciudades, sumándole el abundante consumo de cerveza donde deja la mayor parte de sus ingresos deteriorando así notablemente su salud y la integración familiar. Las veredas cada vez son más pobladas y se construyen viviendas sin ninguna planeación.

La música que se escucha es la electrónica, el Reggaetón, el vallenato, el rock y otros ritmos que los jóvenes han apropiado y son parte de sus costumbres actuales, marcando su forma de vestir, actuar y comunicarse con el otro. El uso de correos electrónicos incorrectamente hace perder la ortografía y la capacidad de redacción poniendo en peligro la riqueza de nuestro idioma español.

La brecha generacional es muy grande en lo referente al uso de la tecnología y los medios de comunicación, perdiéndose el contacto familiar característico de la familia Ubatense, donde se aconsejaba, se guiaba al hijo y se le celebraban todos sus logros desde el bachillerato hasta la universidad. Los acontecimientos religiosos como bautizos, confirmaciones, primeras comuniones y bodas no tienen la trascendencia de antes. Debido a que la madre y el padre trabajan; se han perdido los espacios de integración familiar característicos de la provincia, presentándose el consumo de alcohol, cigarrillos y drogas cada vez en edades más tempranas.

Los programas de la dirección de cultura y turismo estarán integrados con las diferentes secretarías de despacho de la Villa de San Diego de Ubaté, para atender esta problemática, contando siempre con todos los agentes que intervienen en la sociedad para aportar soluciones incluyentes y participativas.

6.4.10. EN EL ASPECTO TURÍSTICO

- Existe un plan sectorial de desarrollo turístico provincial 2010-2020, donde el municipio de Ubaté hace parte, pero no se ha reconocido por la institución pública como documento de planificación.
- Inventario turístico: Existe un documento realizado en el 2010 bajo los parámetros establecidos por el vice-ministerio de Turismo.
- La ubicación de los atractivos y recursos naturales en Ubaté no han sido identificados en los mapas turísticos del departamento.
- Se carece totalmente de señalización en los diferentes recursos que se encuentran en el sector rural.
- Los recursos naturales están siendo impactados negativamente, lo que compromete a las autoridades, dueños y operadores a diseñar planes que contemplen capacidades de carga en cada uno de los sitios identificados.

- El patrimonio material representado en viviendas de tipo colonial no hace parte de ningún programa de conservación y preservación de los inmuebles.
- La fortaleza del patrimonio material y su acervo campesino facilitan un elemento importante para el diseño de producto turístico.
- Identificación de la oferta: Un 35.5% de los oferentes turísticos, se clasifican en emprendedores empresariales, el 57.5% se clasifican como empresarios turísticos y tan solo un 7.2% hacen parte de los empresarios turísticos consolidados.
- Análisis por subsector: Los operadores no están oficialmente reconocidos, ni capacitados para desarrollar esta función en la cadena del servicio, lo hacen como un complemento a sus actividades principales que en gran nivel no están relacionadas con el turismo, ejemplo: Iglesias, docentes, grupos informales entre otros.
- El municipio cuenta con servicios de alojamiento en sus diferentes categorías, lo que brinda la posibilidad de enfocar diferentes tipos de mercado, aunque las categorías más económicas tienen mayor representación.
- Existe una buena oferta gastronómica, representada en la cocina tradicional; la gallina, la charcutería y quesos son los principales productos del mercado municipal, destacándose la producción láctea.
- El municipio carece de un servicio de transporte especializado de turismo.
- La oferta actual de transporte se basa en las empresas de transporte público Rápido El Carmen S.A., transportes DUARTE y la Cooperativa de transporte COOTRANSVU, que cumplen funciones de servicio especial, cuando se presenta la oportunidad de realizar viajes generalmente organizados por operadores.

- La oferta de recreación dirigida está limitada al mercado local y las actividades recreativas se concentran en la realización de eventos feriales.
- La industria artesanal representada en textiles y manejo de fibras y otros materiales, tiene bajos niveles de competitividad..
- Actualmente la promoción se desarrolla exclusivamente desde el sector público y de forma individual por cada operador según su posición o capacidad económica.
- La publicidad que actualmente se utiliza muestra una tendencia al desconocimiento de la imagen corporativa como elemento comercial, con estadísticas de un 96% de prestadores de servicios turísticos, no tiene marcas que los identifiquen, el 82% no cuenta con un portafolio de servicios/productos, el 73% no cuentan con un eslogan y el 67% no cuentan con un logo definido. A pesar de que un 95% cuentan con un nombre comercial, un alto porcentaje (44%) no lo registran en sus certificados de cámara de comercio o registro único tributario.
- Los medios de promoción más utilizados son el voz a voz, un 87% lo usan como alternativa de mercadeo, dejando relegados los demás medios como la Televisión, la radio, la prensa, la web y las oficinas de representación comercial.
- Inversión en publicidad el 92% no invierten más de 200 mil pesos al año y no hacen un seguimiento de la efectividad de ese rubro, por lo que lo cuentan como un gasto y no como una inversión.
- No existen puntos de información turística.
- No se tiene conocimiento de iniciativas público privadas que concerté políticas municipales de Turismo.
- No existen programas de formación local en turismo, este renglón se ve acompañado con programas específicos por parte del SENA, Cámara de

comercio y otras instituciones; por otra parte el SENA no ofrece alianzas o convenios para certificar el nivel de español de extranjeros con ninguna institución o centro internacional.

6.4.11. Convenios con el programa AFS:

AFS ofrece experiencias de aprendizaje intercultural que traen culturas globales ayudando a las personas a que se conectan, transformen sus vidas y las de miles de estudiantes, familias e individuos cada año. Con los programas de intercambio en más de 50 países y una amplia red de voluntarios, educadores y personal, AFS está comprometido a ayudar a los participantes a comprender sus experiencias de inmersión en una cultura extranjera.

Los programas de intercambio dan a los participantes un pase de acceso para descubrir y explorar una nueva cultura. Desde 1947, AFS ha dado más de 400 mil estudiantes y profesionales adultos jóvenes la oportunidad de viajar al extranjero, embarcándose en las experiencias de crecimiento personal que continúan durante toda la vida. Para el 2015, la red mundial de voluntarios de AFS trabajará con casi 13.000 estudiantes buscando una experiencia internacional emocionante y educativo.

AFS participantes

Programas de intercambio de AFS atraen a la gente de todo el mundo que quieren conocer a personas de otros países. Los participantes viven con una familia mientras asisten a la escuela o trabajan en una comunidad, ganando una nueva perspectiva sobre una cultura extranjera. Al experimentar nuevas culturas como forasteros, Los participantes de AFS, también adquieren un conocimiento más profundo de sí mismos y de sus culturas de origen.

Todos los programas de AFS ofrecen a los participantes la oportunidad de construir relaciones significativas con todos los que se encuentran durante sus experiencias en el extranjero, así como en sus países de origen y dentro de la comunidad global de AFS. Estos bonos comienzan a formarse durante el proceso

de aplicación y orientación, cuando los participantes se reúnen entre sí por primera vez. Durante la experiencia en el extranjero, las primeras amistades se fortalecen y nuevos amigos se hacen en las orientaciones y eventos organizados por AFS en el país anfitrión. Los participantes se reúnen con la comunidad local a través de sus familias de acogida, escuelas, lugares de trabajo, a través de actividades extracurriculares.

AFS Familias Anfitrionas

AFS Familias Anfitrionas comparten sus hogares con un nuevo miembro de la familia y de puertas abiertas en sus comunidades. Los participantes son cuidadosamente emparejados, y los voluntarios cuentan con la seguridad de que las familias de acogida, les brindarán el apoyo y las herramientas necesarias para una experiencia positiva.

Las familias de acogida son embajadores de sus culturas. Ellos tienen la oportunidad única de compartir sus ideas, valores y costumbres con las personas que acogen. Al mismo tiempo, AFS de Familias se benefician de la experiencia de hospedaje, ya que tienen la oportunidad de obtener una nueva perspectiva sobre su propia cultura por ver a través de los ojos de un forastero.

AFS Escuelas

Los centros de acogida le dan a los participantes de AFS, la oportunidad de interactuar con sus compañeros en un entorno social. Proporcionan un lugar donde los estudiantes pueden compartir, aprender y reflexionar sobre sus experiencias. Los profesores y otros estudiantes también se benefician de la oportunidad de relacionarse con alguien de una cultura diferente. Los estudiantes de intercambio traen frescas perspectivas y conocimientos valiosos, que pueden ayudar a las escuelas con las que comparten; tales como: habilidades y conocimientos interculturales con todos los estudiantes.

Dado que los participantes pasan una gran parte de su tiempo en el salón de clases, los entornos educativos en estas escuelas son especialmente importantes

para el éxito de los programas de intercambio basados en la escuela AFS. AFS El personal y los voluntarios trabajan con los centros de acogida para organizar estancias, proporcionar materiales y para aprovechar al máximo las oportunidades y desafíos que vienen con un nuevo estudiante.¹⁵

¹⁵ Se puede consultar en: <http://www.afs.org/>

7. Componentes de la cadena de valor de un programa de enseñanza de español para extranjeros.

Se requiere de un estudio de caso del potencial y del segmento de mercado más representativo; de las propuestas de valor y de la estructura de la cadena de valor, de los programas de enseñanza de idiomas, ya existentes, para lograr establecer los componentes de la cadena de valor de un programa de enseñanza del español; a continuación se hará el análisis de los casos exitosos, como lo son el del programa de Open English, de Nueva Lengua, de Apple Languages y de algunos centros de idiomas ubicados en las universidades en Bogotá; para ser tomados como referencia y punto de partida de una idea de negocio.

7.1. Modelos de enseñanza y análisis de la cadena de valor de la competencia.

A nivel mundial existen diferentes modelos de negocios dedicados a la enseñanza de diversos idiomas, los cuales ofrecen infinidad de servicios adicionales, cuyos valores agregados nacen de algunos métodos de formación personalizada, asistida por herramientas informáticas y el método de aprendizaje a través de inmersión cultural, lo que los caracteriza de la competencia frente a la demanda de los clientes.

Para el presente proyecto, se pretende hacer un análisis del potencial de mercado que actualmente hay con respecto a los programas con mayor selección por parte de los clientes que a nivel nacional e intencionalmente buscan opciones novedosas y atractivas para el aprendizaje de otro idioma. Open English, Nueva Lengua, Apple Languages y algunos centros de idiomas ubicados en las Universidades de Bogotá, son algunos de los cursos o programas de los cuales se hablará en este capítulo; cuyo enfoque analizará la propuesta de valor agregado de cada uno y a la vez, también estudiará, la innovación del diseño de sus programas o cursos para la educación o aprendizaje de una nueva lengua con respecto a la búsqueda de estrategias para crear modelos de negocios, recursos,

metodologías, procedimientos y herramientas que los han llevado a ser altamente competitivos en el mercado.

Según el artículo "instrumentos para la construcción de un modelo de formación virtual corporativo"¹⁶ escrito por Juan Pablo Ramírez Cortés en la Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, se dice que: La educación virtual empresarial o corporativa cobró vigencia y altos índices de valor en los últimos años. Sin embargo, muchas organizaciones confiaron el crecimiento de sus planes de formación sólo a las ventajas otorgadas por la tecnología, y abandonaron, descuidaron o no atendieron suficientemente los procesos genéricos y de acompañamiento que caracterizaron desde tiempo atrás, todos los procesos de capacitación de personas; pues bien, este mismo modelo de negocio, no solo tuvo impacto en el sector empresarial, sino que también se encontró llamativo y funcional como un método de formación asistida por herramientas informáticas para el sector educativo. Ramírez menciona que desde que comenzó el auge de la educación virtual, ha existido un debate de fondo sobre los métodos y alcances de los procesos de formación por este medio; no obstante, las empresas, sin importar sus tamaños, áreas de negocios o condición en el mercado, se han hecho una idea de lo que la formación virtual implica, exige y permite con la salvedad de que, en muchos casos, esas nociones no tienen una relación directa con procesos exitosos y, mayoritariamente, se fundan en ideas preconcebidas o son producto de una referenciación inadecuada.

En 1995, según el análisis de Juan Pablo Ramírez, los primeros experimentos de formación asistida con herramientas tecnológicas, se apoyaban en la inclusión de muchos artefactos y recursos electrónicos dentro de las aulas de clase tradicionales, donde la innovación era un producto que demandaba clientes y espacios para utilizarse como diera lugar, y esa visión de uso netamente tecnológico tuvo como consecuencia la invasión de señales de audio, video y texto

¹⁶**RAMIREZ**, Juan Pablo. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. RUSC Vol.5 N.º 2 (2008).

para que los estudiantes tuvieran un mejor apoyo en su proceso de aprendizaje por medio de aulas altamente especializadas.

7.1.1. Open English:

Tomando como referencia lo mencionado anteriormente, podemos decir que el programa que ofrece Open English se concentra en un modelo de negocio de formación asistido por herramientas tecnológicas cien por cientos calificadas cuya experiencia de aprendizaje brinda múltiples ventajas llamativas a los usuarios; tales como: clases en vivo en aulas virtuales con grupos pequeños, las 24 horas del día, acompañados por profesores nativos (norteamericanos), sin límite de accesibilidad a la plataforma; entre otras. Por otra parte, la construcción de los modelos de enseñanza que establece Open English, se apoyan en la teoría de las cinco fuerzas y la cadena de valor que propone el profesor M. Porter, ya que para él, “la estrategia competitiva consiste en ser diferentes”¹⁷, es decir, que esto significa elegir deliberadamente un conjunto de diversas actividades para brindar una mezcla única de valor, partiendo de la rentabilidad de su producto, siendo así, competentes con otros cursos que se ubican en su mismo sector.

La propuesta de valor que ofrece y distingue a Open English de los demás programas en el mercado, es que es un producto que brinda flexibilidad, esto quiere decir que los usuarios pueden escoger entre las 24 horas del día, el horario que mejor se adapte a sus actividades, responsabilidades y obligaciones diarias; es por ello que esta estrategia es considerada como un valor agregado, ya que su accesibilidad ilimitada hace llamativo el curso para los clientes que tienen muchos compromisos durante el día y les queda imposible desplazarse diariamente a una institución para aprender un idioma; es decir que, este programa enfoca su ventaja competitiva en los clientes que no tienen tiempo para asistir a clases de inglés en un lugar específico, sino que buscan flexibilidad en espacios y tiempos, con tan solo dar un click, en el lugar en el que se encuentre el cliente para conectarse y

¹⁷<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/191/2/CAPITULO%20I.pdf>. Fecha de consulta, Abril de 2014.

aprender a su propio ritmo. Además, Open English también cuenta con una plataforma bien estructurada, donde se facilita la interacción y la conversación en inglés con profesores nativos norteamericanos, certificados y seleccionados de una base global de talento; cuya labor es la de orientar la pronunciación y la gramática en el momento justo; y así mismo ser estratégicos para acelerar el proceso de aprendizaje, haciendo énfasis en su promesa de valor, la cual se enfoca en que los clientes logren alcanzar la fluidez pertinente en el idioma.

El curso Open English de igual manera, ofrece un enfoque más completo y diverso para aprender inglés, combinando las clases en vivo, lecciones interactivas y prácticas, junto con las experiencias del aula virtual, la interacción con los profesores y compañeros; y por supuesto el aprendizaje por inmersión y práctica; es decir, que como propuesta de valor, los servicios de Open English, se encuentran organizados y estructurados dentro de una gestión de contenidos en el “*e-learning y b-learning*”¹⁸; puesto que su aprendizaje recurre a la combinación de la formación dirigida y a la plenamente virtual, en los que los clientes asisten a una sesión de clase con un acompañante, en este caso, en el tutor encargado, y luego, éste le asigna las responsabilidades a cumplir durante tiempo que el usuario dispondrá a su asesoría; es decir que el programa se ha diseñado, planteando como estrategia innovadora el acompañamiento significativo de un profesor nativo (norteamericano) altamente certificado que cumple con los requisitos y las necesidades que demandan los actuales clientes, teniendo en cuenta, los descuidos que han tenido otras empresas al abandonar a los estudiantes durante su proceso de aprendizaje, mientras hacen uso de sus plataformas; además de eso, los clientes tendrán una experiencia divertida y agradable, mientras que hablan sobre temas prácticos y actuales, en un ambiente cómodo para practicar y dar rienda suelta a su conversación en inglés; no obstante, la experiencia que Open English ofrece tiene muchas ventajas frente a conveniencia, diversión,

¹⁸**RAMIREZ**, Juan Pablo. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*. RUSC Vol.5 N.º 2 (2008).

LARA, Pablo y **DUART**, Josep María. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, FUOC, Vol.2 N.º 2/ Noviembre de 2005.

efectividad y eficiencia para los usuarios. A continuación se hará énfasis en los conceptos mencionados anteriormente, para complementar como se estructura la cadena de valor del programa que ofrece Open English:

* Conveniente: las clases están disponibles durante todas las horas del día, los siete días de la semana.

* Divertido: incorpora muchos temas interesantes y de actualidad para aprender y practicar inglés.

* Efectivo: tiene pocos estudiantes por clase permitiendo a los profesores dar una mayor atención personalizada a los estudiantes.

* Eficiente: gracias a la tecnología de vanguardia de Open English, que permite a los estudiantes tener una experiencia similar a la de estar en clase físicamente, pero sin los inconvenientes de los métodos tradicionales.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, Open English es una de las empresas de enseñanza de inglés, que opta por crear su propia plataforma LMS (*Learning Management Systems*), ya que cumple con las necesidades específicas y requerimientos puntuales de sus usuarios en términos de aprendizaje totalmente virtualizado; es por ello que, este tipo de enseñanza trae consigo tanto beneficios como limitaciones, ya que, este sistema exige la formación adicional de los tutores, monitores o facilitadores para las experiencias de formación virtual, de tal modo que logren los resultados ideales, entre ellos la capacidad de autoestudio y autodisciplina de los usuarios; no obstante, es importante resaltar que la cultura del autoestudio es la clave para lograr los avances previstos en los planes de formación virtual; y de igual modo, la disciplina individual, puesto que es considerada, la garante del éxito, según lo sugiere Juan Pablo Ramírez, en su artículo.

Por último, la inmersión que ofrece Open English como servicio adicional, se da en el programa a través de actividades que entrenan la escucha y el habla, así como la gramática, por medio de entretenidos vídeos, los clientes pueden fortalecer la

pronunciación y adquirir la fluidez necesaria para cualquier tipo de contexto conversacional; estas herramientas de pronunciación, dinamismo e interacción son fundamentales para que la promesa de valor de Open English se efectúe; ya que este conjunto de actividades van encaminadas a la mejora de la organización del programa, a causa de la introducción de la tecnología en sus procesos de enseñanza del inglés; diseñando así, la cadena de valor en función de la innovación.

Por todo lo anterior, Open English se posiciona como un gran oponente para cualquier programa de enseñanza de idiomas, no sólo por su oferta de productos y servicios sino por su cadena de valor y satisfacción que deja en el voz a voz de sus clientes; en otras palabras, es la credibilidad que transmiten los testimonios de los usuarios de Open English cuando hablan acerca de su experiencia y los beneficios luego de realizar el curso.

(Ver Anexo 1).

7.1.2. Nueva Lengua:

De acuerdo al modelo genérico que propone Michael Porter en su libro de “Ventaja competitiva” podemos identificar la cadena de valor de Nueva Lengua; la cual se puede representar en la figura 1.1; a través de su infraestructura, y al mismo tiempo, en la forma en que se realiza sus actividades primarias y de apoyo, que se encuentran publicados en su página web.

NUEVA LENGUA Y SU CADENA DE VALOR

<p>Infraestructura de la empresa: Cuenta con sedes en las ciudades de Bogotá, Cartagena, Medellín y Panamá. Planeación, Mantenimiento, contabilidad.</p>						ACTIVIDADES DE APOYO
<p>Gestión de recursos Humanos: Profesores de español con títulos universitarios relacionados con la enseñanza, experiencia en el aula (5 años) y amor por su trabajo. Profesores de español con énfasis en medicina, negocios, bailes, etc.</p>						
<p>Desarrollo Tecnológico: Materiales de clase que facilitan el estudio fuera del aula. Cómodos salones de clase y computadores para los estudiantes con acceso a internet (WIFI disponible). Clases de español conversacional en línea-</p>						
<p>Aprovisionamiento/ Adquisiciones: Textos, Licencias de software, computadores, transporte. Convenios con bancos, alojamientos, actividades culturales y certificación.</p>						
<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de herramientas de tecnología para aprender el español. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje del español. • Diseño de los cursos de español. • Clases para negocios y medicina. • Actividades complementarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de búsqueda de alojamiento. • Servicio de alimentación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad voz a voz. • Publicidad en la web. • Publicidad escrita a través de consulados y embajadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de alta calidad. • Seguro médico. • Cursos estructurados para brindar amplias oportunidades de disfrutar la cultura y el espíritu de la ciudad que escoja, para estudiantes, 	ACTIVIDADES PRIMARIAS	

	(música, baile, kite surfing, navegación en velero, wind surfing)			profesionales y familias; hay otros cursos con propósito de negocios, medicina, etc.	
				<ul style="list-style-type: none"> Traslados desde el aeropuerto. 	

L. Interna Operaciones L. Externa Marketing & Ventas
Servicio.

Figura 1-1. La cadena genérica de valor. (Porter, 2013).

Nueva Lengua tiene como estrategia de diferenciación la reducción en sus costos, además de utilizar un modelo de negocio escalable; ya que tiene el potencial de multiplicar sus ingresos con un mínimo incremento de costos; puesto que es un negocio que cada vez va escalando al ampliar sus sedes y brindar variedad de servicios adicionales para hacer llamativo su programa.

En lo que concierne, el sistema de enseñanza de Nueva Lengua, es completamente diferente a la cadena de valor establecida por Open English; y es el programa con mayor competitividad para mi propuesta por lo cual desde su cadena de valor y estrategia de diferenciación, Spanish4all diseña su cadena de valor y estrategia de diferenciación para ofrecer un valor agregado atractivo para los estudiantes extranjeros; ya que según su propuesta de valor, sus cursos de español están estructurados para brindar amplias oportunidades de disfrutar la cultura y el espíritu de la ciudad que los usuarios escojan, por medio de clases presenciales tomadas en diferentes sedes; ya sea en Bogotá, Cartagena, Medellín o Panamá; o si el usuario, lo desea puede alternar entre estas ciudades y experimentar así una diversidad cultural; no obstante, esta propuesta de valor, ofrece la idea de que, para aprender un idioma es mejor tener un contacto directo con la cultura, la sociedad y las costumbres que lo complementan; que sea más experimental y vivencial, no asistida por herramientas tecnológicas como lo propone Open English en su promesa de valor; adicionalmente, Nueva Lengua opta por brindar un servicio confiable, puesto que este va respaldado por la contratación de profesores, altamente acreditados en la enseñanza que como mínimo tienen 5 años de estudio, además de la experiencia previa en el aula.

Por otra parte, un instrumento de valor agregado que se percibe en los múltiples servicios que ofrece Nueva Lengua, en cada una de sus sedes, son los precios y los cursos que brindan, con respecto a otros programas de enseñanza de español, puesto que, estos son competitivos; y en ocasiones atractivos para algunos clientes, ya que ofrecen algunos descuentos especiales a las reservas anticipadas o para aquellos, quienes desean tomar la prestación de los cursos con durabilidad

de más de un mes. Entre estos servicios con valor agregado, se encuentra una amplia variedad de actividades que van contempladas dentro de los precios y de los cursos que se ofrecen para facilitar el aprendizaje del español, que prometen un modo divertido, lúdico y por supuesto una experiencia inolvidable para quienes desean cursarlos. Tomando como referencia, lo mencionado anteriormente, es pertinente mostrar de cómo, Nueva Lengua estructura los precios de los cursos de acuerdo a la intensidad horaria y las necesidades de los clientes.

Nueva Lengua	Ciudad			Precios por número de semanas inscrito (USD)																									
	B	C	M	Valor en USD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Español General																													
Español estandar	♦	♦	♦	Semana	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 190	\$ 190	\$ 190	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 180	\$ 175	\$ 165	\$ 155	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 145	\$ 140	\$ 140	\$ 125
				Total	\$ 200	\$ 400	\$ 600	\$ 760	\$ 950	\$ 1140	\$ 1260	\$ 1440	\$ 1620	\$ 1800	\$ 1925	\$ 1980	\$ 2.015	\$ 2.100	\$ 2.250	\$ 2.400	\$ 2.550	\$ 2.700	\$ 2.850	\$ 3.000	\$ 3.045	\$ 3.080	\$ 3.220	\$ 3.000	
Español Intensivo	♦	♦	♦	Semana	\$ 220	\$ 220	\$ 220	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 190	\$ 190	\$ 190	\$ 190	\$ 185	\$ 175	\$ 165	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 155	\$ 150	\$ 150	\$ 130
				Total	\$ 220	\$ 440	\$ 660	\$ 800	\$ 1.000	\$ 1.200	\$ 1.330	\$ 1.520	\$ 1.710	\$ 1.900	\$ 2.035	\$ 2.100	\$ 2.145	\$ 2.240	\$ 2.400	\$ 2.560	\$ 2.720	\$ 2.880	\$ 3.040	\$ 3.200	\$ 3.255	\$ 3.300	\$ 3.450	\$ 3.120	
Español y Voluntariado	♦	♦	♦	Semana				\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 190	\$ 190	\$ 190	\$ 190	\$ 185	\$ 175	\$ 165	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 155	\$ 150	\$ 150	\$ 130	
				Total				\$ 800	\$ 1.000	\$ 1.200	\$ 1.330	\$ 1.520	\$ 1.710	\$ 1.900	\$ 2.035	\$ 2.100	\$ 2.145	\$ 2.240	\$ 2.400	\$ 2.560	\$ 2.720	\$ 2.880	\$ 3.040	\$ 3.200	\$ 3.255	\$ 3.300	\$ 3.450	\$ 3.120	
Español y Arte																													
Español y Baile	♦	♦	♦	Semana	\$ 230	\$ 230	\$ 230	\$ 210	\$ 210	\$ 210	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 195	\$ 185	\$ 175	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 170	\$ 165	\$ 160	\$ 160	\$ 140
				Total	\$ 230	\$ 460	\$ 690	\$ 840	\$ 1.050	\$ 1.260	\$ 1.400	\$ 1.600	\$ 1.800	\$ 2.000	\$ 2.145	\$ 2.220	\$ 2.275	\$ 2.380	\$ 2.550	\$ 2.720	\$ 2.890	\$ 3.060	\$ 3.230	\$ 3.400	\$ 3.465	\$ 3.520	\$ 3.680	\$ 3.360	
Español y Musica	♦			Semana	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 280	\$ 280	\$ 280	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 265	\$ 265	\$ 265	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 255	\$ 255	\$ 250	\$ 245	\$ 242	\$ 240	\$ 235	\$ 220	
				Total	\$ 300	\$ 600	\$ 900	\$ 1.200	\$ 1.400	\$ 1.680	\$ 1.960	\$ 2.160	\$ 2.430	\$ 2.700	\$ 2.915	\$ 3.180	\$ 3.445	\$ 3.640	\$ 3.900	\$ 4.160	\$ 4.335	\$ 4.590	\$ 4.750	\$ 4.900	\$ 5.082	\$ 5.290	\$ 5.405	\$ 5.520	

Español y clases privadas																							
Español en																							
Fin de semana	♦	♦	♦	♦																			
					Semana	\$ 850																	
					Total	\$ 850																	
15 clases					Semana	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400
privadas	♦	♦	♦	♦	Total	\$ 500	\$ 1.000	\$ 1.500	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.400	\$ 2.800	\$ 3.200	\$ 3.600	\$ 4.000	\$ 4.400	\$ 4.320	\$ 4.680	\$ 5.040	\$ 5.400	\$ 5.760	\$ 6.120	\$ 6.480
20 clases					Semana	\$ 667	\$ 667	\$ 667	\$ 667	\$ 533	\$ 533	\$ 533	\$ 533	\$ 533	\$ 533	\$ 533	\$ 533	\$ 490	\$ 432	\$ 432	\$ 432	\$ 432	\$ 432
privadas	♦	♦	♦	♦	Total	\$ 667	\$ 1.333	\$ 2.000	\$ 2.667	\$ 2.667	\$ 3.200	\$ 3.733	\$ 4.267	\$ 4.800	\$ 5.333	\$ 5.867	\$ 5.760	\$ 5.616	\$ 6.048	\$ 6.480	\$ 6.912	\$ 7.344	\$ 7.776
25 clases					Semana	\$ 833	\$ 833	\$ 833	\$ 833	\$ 667	\$ 667	\$ 667	\$ 667	\$ 667	\$ 667	\$ 667	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600
privadas	♦	♦	♦	♦	Total	\$ 833	\$ 1.667	\$ 2.500	\$ 3.333	\$ 3.333	\$ 4.000	\$ 4.667	\$ 5.333	\$ 6.000	\$ 6.667	\$ 7.333	\$ 7.200	\$ 7.800	\$ 8.400	\$ 9.000	\$ 9.600	\$ 10.200	\$ 10.800
Español los					8 Clases	\$ 264																	
sabados	♦	♦	♦	♦																			
Español					10 Clases	\$ 250																	
On-line	♦	♦	♦	♦																			

19

Así mismo, Nueva Lengua propone un servicio de ayuda para ubicar alojamiento fácil y amigable, de recogida en el aeropuerto y de la certificación DIE Diploma Internacional de Español (International Spanish Diploma) expedido por F.I.D.E.S.C.U (Foundation for Research and Development of Spanish Culture); a los clientes, quienes tienen diversas modalidades de pago; tales como: PayPal y consignación en cuentas.

A continuación, se citarán algunas de las ventajas que se encuentran en los cursos de español de Nueva Lengua:

- *Profesores de español con títulos universitarios relacionados con la enseñanza, experiencia en el aula y amor por su trabajo.*

¹⁹<http://www.nuevalengua.com/precios-de-cursos-y-alojamiento-2013.html>.

Consultado Abril 20 de 2014.

- *Cursos de español regidos por el Marco Común de Referencia Europeo y las directrices determinadas por el Consejo Americano para la enseñanza de las Lenguas Extranjeras.*
- *Materiales de clase que facilitan el estudio fuera del aula.*
- *Un ambiente de aprendizaje apropiado, que incluye cómodos salones de clase y computadores para los estudiantes con acceso a Internet (Internet WIFI disponible)*
- *Una vez por semana, clase de baile de ritmos tropicales con un instructor profesional.*
- *Actividades culturales dos veces por semana.*
- *6 niveles de dominio del idioma; el mínimo de niveles requerido en cualquier programa de idiomas que sea considerado profesional, eficiente y acreditado.*
- *Un examen de clasificación oral y escrito para nuestros estudiantes nuevos. Evaluaciones de progreso semanal.*
- *Grupos pequeños para brindar más atención a cada estudiante.²⁰*

Por todo lo anterior, Nueva Lengua se posiciona como una buena opción para aprender español para los clientes; y como un gran competidor para cualquier programa de enseñanza de idiomas; sus testimonios reflejan la calidad de sus servicios y del cumplimiento de su promesa de valor, tanto nacional como internacionalmente.

(Ver Anexo 2).

²⁰<http://nuevalengua.com/acerca-de-nosotros.html>. Fecha de consulta, Abril 20 de 2014.

8. Spanish4All

8.1 Cadena de valor Spanish4All.

Infraestructura de la empresa: Gestión administrativa y financiera. Mantenimiento de instalaciones y contabilidad.	ACTIVIDADES DE APOYO
Gestión de recursos Humanos: Licenciados en lenguas. Plan de carrera a docentes. JQ-Job Description.	
Desarrollo Tecnológico: Materiales de clase que facilitan el estudio dentro y fuera del aula. Computadores con acceso a internet WIFI.	
Aprovisionamiento/ Adquisiciones: Dotaciones. Licencias de Software.	

<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de lavado de ropa. • Alimentación. • Acompañamiento turístico. <p>(L. Interna)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión Cultural. • Diseño de cursos. • Programa para ejecutivos. • Cultura colombiana. • Baile, arte rupestre. • Actividades agropecuarias. • Vivencia del idioma. <p>Operaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de asesoría turística. • Posibilidad de conseguir empleo informal. <p>L. externa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en página Web. • Convenios. • Alianzas institucionales. (Gobierno local). <p>Marketing & ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de servicio. • Disminución de costos por estándares de operación. • Generar experiencia diferenciada de servicio. • Inmersión cultural. <p>Servicios</p>	<p>ACTIVIDADES PRIMARIAS</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------

La figura 1-3 muestra gráficamente la cadena de valor establecida para el programa de la enseñanza del español a extranjeros de Spanish4All.

La gráfica de la Cadena de valor de Spanish4all muestra, como ésta interactúa con la prestación de un servicio de un programa de enseñanza del español presencial a extranjeros; ya que identifica las actividades claves de apoyo y primarias para agregar valor al programa, las cuales buscan una estrategia de diferenciación generando bajo costo; y así hacerse altamente competitivo dentro del segmento de mercado en el que se ubica. A su vez, la Cadena de valor implementa herramientas y conocimientos necesarios que definen estrategias adecuadas para la enseñanza del español para extranjeros; a través de la división de las actividades; tales como: en las Actividades de Apoyo se propone por medio de la infraestructura definir el valor del producto y asignar a las actividades, los costos operativos y los activos que agrupa el programa de enseñanza; de igual forma analizar los costos del mismo. En la gestión de recursos humanos se ofrece al cliente interno, en este caso a los licenciados en español, la posibilidad de crecimiento profesional y de formación futura en ELE (enseñanza de la lengua española). En el desarrollo tecnológico se basa, en los materiales de clase que facilitan el estudio dentro y fuera del aula; computadores con acceso a internet WIFI y a las tecnologías en general utilizadas por el programa y el proceso del mismo. En las adquisiciones se encuentran las dotaciones y las licencias de Software.

En otras palabras, el estudio detallado de la cadena de valor para cada programa de enseñanza del español y la optimización de las actividades que la constituyen, permiten a dichos programas identificar las potenciales fuentes de ventaja competitiva. La cadena de valor de Spanish4all agrupa, a grandes rasgos, las actividades pertinentes a la hora de adaptar la Cadena de valor de programas de enseñanza del español a extranjeros; la cual incorpora, a nivel institucional, la inmersión cultural, las posibilidades de un empleo informal, alojamiento; etc., como herramientas competitivas; tal cual, se muestra en la Figura 1-3.

Es necesario formular las siguientes propuestas en cada una de las grandes áreas de la cadena de valor:

1) Investigación

Consideramos necesario potenciar las siguientes líneas de investigación:

- a) Inmersión cultural
- b) Integración con familias, comunidades e instituciones públicas y privadas por medio de posibilidades de empleos informales.
- c) Certificación del programa.
- d) Influencia de la enseñanza del español a extranjeros en la estrategia competitiva de los programas que son competencia.
- e) Aspectos legales de estadia de los estudiantes en el país.
- f) Desarrollo de los estándares de calidad y de la enseñanza según el Marco Común Europeo.

2) Docencia

- a) Profesores licenciados en la enseñanza del español.
- b) Desarrollar sistemas de evaluación y potenciación de la calidad del programa de enseñanza del español a extranjeros.
- c) Adoptar estándares que favorezcan la enseñanza del español.
- d) Diseñar un plan de incentivos adecuado para que los docentes permanezcan en el programa.

3) Marketing y ventas

- a) Diseñar una estrategia de marketing adecuada a los programas de enseñanza del español a extranjeros.
- b) Establecer una oferta atractiva y ágil por medio de las redes sociales (twitter, facebook, YouTube) y páginas Web.

- c) Optimizar el posicionamiento en buscadores (google adwords).
- d) Convenios, alianzas institucionales (Gobierno local).
- e) Creación de página Web propia para diferenciarse como una empresa privada independiente del Gobierno Local.

4) Diseño de materiales educativos

- a) Calidad de los contenidos.
- b) Control de calidad en los contenidos.
- c) Selección de profesorado que elabore los materiales.
- d) Creación de un grupo de revisores pedagógicos.

5) Servicios educativos

- a) Atención al estudiante.
- b) Actividades complementarias y atractivas que fortalezcan el aprendizaje del español, tales como: Gestión Cultural, diseño de cursos, programa para ejecutivos, cultura colombiana, baile, arte rupestre, actividades agropecuarias, vivencia del idioma, servicio de lavado de ropa, alimentación, acompañamiento turístico, posibilidad de conseguir empleo informal.
- c) Estrategias de servicio, disminución de costos por estándares de operación, generar experiencia diferenciada de servicio.

8.2. Segmento de mercado:

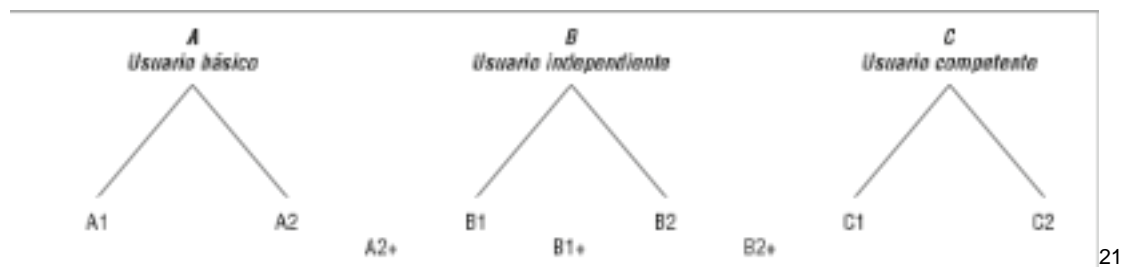
El programa Spanish4All busca enfocar su paquete de servicios a clientes quienes son ciudadanos extranjeros que tienen como lengua nativa una diferente al español. Al focalizar sus servicios en ciudadanos de otros países, el programa no se centra en nativos afro descendientes nacidos en Colombia o pertenecientes a comunidades indígenas de la región, debido a las políticas gubernamentales de educación implementadas para enseñar el idioma a estas poblaciones. Por lo tanto, el programa se enfoca en satisfacer las necesidades del idioma generadas en los clientes que visitan el país con fines turísticos que deseen tener bases sólidas de comunicación con los habitantes de las regiones que van a visitar.

Dicho lo anterior, el cliente ideal del programa Spanish4All es un turista que desee pasar tiempos prolongados en Colombia y que tenga interés de estar en contacto con la cultura de la provincia y el campo en la Villa de San Diego de Ubaté, poniendo en práctica los conocimientos del idioma adquiridos en el programa mediante la interacción en actividades cotidianas de la población.

8.3 Programas:

El programa de aprendizaje que ofrecerá Spanish4All, se diferencia de otros programas u otras instituciones ya existentes, porque su paquete de inmersión se visiona en brindar, todas las garantías a los usuarios de comunicarse en español en diferentes ámbitos y modalidades de libre elección por parte del estudiante, además de las garantías necesarias de seguridad para brindar tranquilidad a quien opte por tomar los servicios de Spanish4All. De igual manera, el programa busca que los estudiantes que decidan tomarlo adquieran competencias según la referenciación de los estándares del marco común europeo y por su puesto de sus propios intereses.

Dichos estándares están referenciados en diversas categorías, los cuales definen y clasifican, el nivel real de cada una de las habilidades que una persona tiene con respecto al aprendizaje de un idioma; es por ello, que estos se encuentran categorizados de la siguiente manera:



Según los estándares del marco común europeo (Framework); las categorías A1 y A2 corresponden a un nivel de dominio elemental y básico del idioma, cuya clasificación, permite a los hablantes de una lengua, utilizar expresiones sencillas que le permiten comunicarse de manera limitada con otras personas. Las categorías B1 y B2 corresponden a un nivel de dominio pre-intermedio e intermedio del idioma, en donde una persona puede comunicarse con otras, utilizando conceptos de mayor profundidad y hacer descripciones sobre aspectos determinados; por último las categorías C1 y C2 corresponden a los niveles avanzado y súper avanzado, en los cuales, se certifica, el dominio más amplio de un idioma o donde se considera el hablante nativo, en el mejor de los casos; ya que por su grado de apropiación, puede hacer discursos y desenvolverse sin dificultad en la lengua.²²

Con base a lo anterior, Spanish4All rige su programa de enseñanza de español a extranjeros, atendiendo a los estándares del Marco Común Europeo,

²¹http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-237704_archivo_pdf_marco_europeo.pdf Fecha de Consulta, Abril 15 de 2014

²²http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-237704_archivo_pdf_marco_europeo.pdf fecha de consulta, Abril 15 de 2014

estructurándolos dentro de su cadena de valor; para así, buscar la credibilidad y confianza de los posibles clientes.

Por otra parte, la propuesta de valor que Spanish4All busca ofrecer como servicios adicionales a sus usuarios, es la posibilidad de desempeñar cargos, en empleos no formales, mientras viven la experiencia de convivir con familias locales en sus hogares de residencia. Es decir, que el programa se estructura en conferir la forma más económica de mejorar o estudiar un idioma mientras se trabaja en la Villa de San Diego de Ubaté, ejerciendo oficios varios; tales como: recepcionistas de hoteles, meseros en restaurantes y café bares, profesores de inglés en escuelas públicas y en colegios privados; es decir que brinda una oportunidad para aquellos estudiantes que buscan una manera de conocer y conectarse con una nueva cultura, o simplemente desean enriquecer una lengua que les interesa aprender; no obstante, como valor agregado también, el programa se centra en hacer sentir a los clientes, como miembros de una familia, brindándoles alojamiento en el sector urbano o rural de la provincia de la Villa de San Diego de Ubaté, en los hogares de las familias que allí residen; entretanto, los estudiantes se van adaptando a las costumbres y hábitos de la región, puesto que ellos, se verán en la necesidad de comunicarse en español todo el tiempo; además este proceso de aprendizaje se irá reforzando con las clases presenciales alternas que se encuentran incluidas dentro del curso; así mismo, es pertinente, mencionar que cada familia es previamente seleccionada para verificar que es un buen hogar con los requerimientos esenciales para que se aloje uno de nuestros estudiantes.

Dicho lo anterior, el estudiante podrá escoger un programa de inmersión que le permita desempeñar tareas en el campo u oficios informales en el sector urbano que le permitan estar en contacto con otras personas y poner en práctica sus conocimientos adquiridos sobre el idioma. Los clientes van aprender español mientras viven el entorno del mismo. A su vez, el programa buscará ofrecer todas las garantías de seguridad para los usuarios del programa. De ésta manera, Spanish4All se compromete con el usuario a garantizar un nivel de español

pertinente para comunicarse sin problemas en cualquier país de habla hispana. Para lograr dicho objetivo, se establecerán diversas modalidades de acuerdo a los intereses de los estudiantes y sus presupuestos los cuales se describen a continuación.

8.3.1. Curso de español básico:

El objetivo del curso es lograr que el estudiante adquiera las competencias básicas de comunicación en español en escenarios cotidianos de la cultura nacional. De esta manera se pretende que el usuario de éste curso domine comandos básicos que le sirvan para comunicarse sin dificultad con otras personas residentes en los lugares los cuales visitará. Se hará énfasis en la comprensión auditiva a partir de conversaciones en distintos escenarios; y sobre, diversas temáticas además de la participación en actividades que permitan al estudiante socializar con ciudadanos locales. Según los estándares del marco común europeo y las pretensiones del programa para la presente modalidad, el nivel a alcanzar con la intensidad propuesta y los contenidos a desarrollar se espera que el estudiante alcance un nivel de apropiación correspondiente a un nivel A2. A continuación, se relacionan las competencias a lograr según las cinco habilidades del idioma y que según el marco común europeo son las que se deben adquirir para un nivel A2 en cualquier idioma.

Gramática: El estudiante comprenderá las reglas gramaticales básicas, conjugaciones de verbos, manejo de tiempos y estructuración de oraciones que atienden a la construcción de comandos.

Lectura: El estudiante adquirirá habilidades de comprensión de lectura con textos sencillos y entender los significados de anuncios publicitarios o señales. Según el marco común europeo, se presentará en el siguiente grafico el nivel deseable a alcanzar en la presente modalidad del programa para la habilidad de lectura.

A2

Comprende textos breves y sencillos sobre asuntos cotidianos si contienen vocabulario muy frecuente y cotidiano, o relacionado con el trabajo.

Comprende textos breves y sencillos que contienen vocabulario muy frecuente, incluyendo una buena parte de términos de vocabulario compartidos a nivel internacional.

Escritura: El estudiante podrá escribir frases sencillas y construir oraciones simples utilizando reglas básicas de redacción. Según el marco común europeo, éstas son las competencias a alcanzar para el nivel A2 en habilidades de escritura.

A2

Escribe una serie de frases y oraciones sencillas enlazadas con conectores sencillos tales como «y», «pero» y «porque».

Habla: El estudiante podrá comunicarse con otras personas utilizando oraciones simples y dominara palabras en diversos temas. Según el marco común europeo éstas son las competencias a alcanzar para un nivel de A2.

A2

Narra historias o describe algo mediante una relación sencilla de elementos.
Describe aspectos cotidianos de su entorno; por ejemplo, personas, lugares, una experiencia de trabajo o de estudio.
Realiza descripciones breves y básicas de hechos y actividades.
Describe planes y citas, costumbres, actividades habituales o pertenecientes al pasado y experiencias personales.
Utiliza un lenguaje sencillo y descriptivo para realizar breves declaraciones sobre objetos y posesiones y para hacer comparaciones.
Explica lo que le gusta y lo que no le gusta respecto a algo.

Describe a su familia, sus condiciones de vida, sus estudios y su trabajo actual, o el último que tuvo.
Describe personas, lugares y posesiones en términos sencillos.

Escucha: El estudiante comprenderá oraciones compuestas por el mayor número de palabras posible para que se le permita ampliar las posibilidades de comprensión y comunicación con otras personas. Los estándares del marco común europeo para el nivel A2 en la habilidad de lectura son los siguientes.

Comprende lo suficiente como para poder enfrentarse a necesidades concretas siempre que el discurso esté articulado con claridad y con lentitud.

Comprende frases y expresiones relacionadas con áreas de prioridad inmediata (por ejemplo, información personal y familiar muy básica, compras, lugar de residencia, empleo) siempre que el discurso esté articulado con claridad y con lentitud.

Dentro de la propuesta de valor de Spanish4All, la intensidad de las clases será de cuatro horas al día por tres veces a la semana en donde se brindará un conocimiento y uso práctico del idioma para que pueda ser utilizado sin problemas en la cotidianidad de los lugares que el estudiante visite. De igual manera, se brindará acompañamiento significativo constante de un docente que compartirá, con el estudiante en todo momento y brindará su asesoría en momentos que éste lo desee.

Continuando con la propuesta de valor, es necesario mencionar, que el curso de español básico tendrá una duración mínima de una semana y máxima de un mes, de acuerdo a la intensidad horaria que el cliente disponga. Para asegurar los objetivos de aprehensión del idioma del curso y atendiendo a las modalidades de tiempo, se pretende que la intensidad de clases sea mayor en el caso que el estudiante tome dicha modalidad en el mínimo de tiempo.

8.3.2. Curso de español intermedio:

El objetivo del programa en la presente modalidad, es desarrollar en el estudiante las competencias comunicativas establecidas por el marco común europeo necesarias para alcanzar un nivel de B2 (intermedio avanzado), con las cuales podrá comunicarse en un grado de profundidad más amplio con respecto al nivel A2 establecido para el programa de español básico. Dicho lo anterior, el estudiante podrá comunicarse por si mismo sin requerir el apoyo de otra persona en ámbitos y situaciones que lo requieran. A continuación se relacionan las

competencias a alcanzar en las diferentes habilidades del idioma tomando como referencia los estándares establecidos por el marco común europeo.

Gramática: Se espera que el estudiante adquiera conceptos gramaticales de mayor profundidad que le permitan ampliar su conocimiento en todas las habilidades del idioma. Al mismo tiempo será capaz de construir textos y diálogos que le permitan entablar conversaciones más amplias y leer textos largos extrayendo ideas que le permitan hacer interpretaciones sin mucho contenido.

Lectura: El estudiante desarrollará habilidades para leer con comprensión y propiedad sobre diversos temas, será capaz de sacar ideas en la comprensión de lectura pero le hará falta la asimilación de modismos. Según el marco común europeo, las competencias requeridas para obtener un nivel de B2 se mencionan a continuación.

B2

Comprensión de lectura

Lee con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva. Tiene un amplio vocabulario activo de lectura, pero puede tener alguna dificultad con modismos poco frecuentes.

Escritura: El estudiante será capaz de hacer escritos sobre temáticas conocidas, utilizando complejidad en la estructura de los textos evaluando fuentes de información y aplicando reglas de redacción y puntuación. Según el marco común europeo. Las competencias requeridas para obtener un nivel de B2 en la habilidad de escritura se mencionan a continuación.

B2

Expresión escrita

Escribe textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.

Habla: El estudiante tendrá la capacidad de entablar conversaciones sobre diferentes temas evidenciando dominio sobre las estructuras gramaticales en la expresión oral. Según el marco común europeo se presentan a continuación las competencias a desarrollar en el usuario dentro de la habilidad de expresión oral para adquirir un nivel B2

B2	
Expresión oral	Realiza descripciones y presentaciones claras y sistemáticamente desarrolladas, resaltando adecuadamente los aspectos significativos y los detalles relevantes que sirvan de apoyo.
	Realiza descripciones y presentaciones claras y detalladas sobre una amplia serie de asuntos relacionados con su especialidad, ampliando y defendiendo sus ideas con aspectos complementarios y ejemplos relevantes.

Escucha: El estudiante estará en capacidad de comprender conversaciones presenciales así como grabaciones sobre temáticas cotidianas y de diversa índole, comprendiendo y extrayendo las ideas principales para hacer una reinterpretación verbal o escrita. Para tener un nivel B2 en habilidades auditivas, el marco común europeo establece el dominio de las siguientes competencias las cuales Spanish4All se compromete a través de su programa a desarrollar en los estudiantes.

B2	
Comprensión auditiva	Comprende cualquier tipo de habla, tanto conversaciones cara a cara como discursos retransmitidos, sobre temas, habituales o no, de la vida personal, social, académica o profesional. Sólo inciden en su capacidad de comprensión el ruido excesivo de fondo, una estructuración inadecuada del discurso o un uso idiomático de la lengua.
	Comprende las ideas principales de un discurso complejo lingüísticamente que trate tanto temas concretos como abstractos pronunciados en un nivel de lengua estándar, incluyendo debates técnicos dentro de su especialidad. Comprende discursos extensos y líneas complejas de argumentación siempre que el tema sea razonablemente conocido y el desarrollo del discurso se facilite con marcadores explícitos.

La intensidad de clases de la presente modalidad será de cuatro horas al día con una regularidad de tres veces por semana, en donde se brindará un conocimiento y uso práctico del idioma para que pueda ser utilizado sin problemas en la cotidianidad de los lugares que el estudiante visite. Se brindará acompañamiento

constante de un docente que compartirá con el estudiante en todo momento y brindará su asesoría en momentos que el éste lo desee.

El estudiante podrá ser alojado en un hogar en el sector rural o urbano de la provincia de La Villa de San Diego de Ubaté según el cliente lo desee; de esta manera se busca que realice actividades de campo o labores en el pueblo donde pueda poner en práctica los conocimientos adquiridos en el programa, atendiendo a la fuerte apuesta de Spanish4All en materia de inmersión.

El curso de español intermedio tendrá una duración mínima de un mes y una duración máxima de tres meses. Para asegurar los objetivos de aprehensión del idioma del curso y atendiendo a las modalidades de tiempo, se pretende que la intensidad de clases sea mayor en el caso que el estudiante tome dicha modalidad en el mínimo de tiempo.

Al final del primer mes, se aplicará al estudiante, un examen de clasificación el cual permitirá hacer un seguimiento al proceso para determinar el cumplimiento de objetivos teniendo en cuenta el seguimiento de la planeación de actividades así como el compromiso del estudiante para lograr el objetivo de calidad de aprendizaje del idioma dentro de los tiempos programados por el programa. Por ésta razón se determina que el estudiante al aplicar el examen certifique un nivel A2 para hacer un seguimiento y garantizar el cumplimiento de las metas trazadas por el programa.

De igual manera se hace un examen de clasificación al nuevo aspirante para el programa para determinar algún conocimiento del idioma español y así hacer los respectivos ajustes en los tiempos en caso de que el estudiante tenga conocimientos previos en el idioma y poder ofrecer un programa personalizado que maneje tiempos diferentes para lograr el objetivo propuesto para la modalidad a la que el estudiante aspira cursar.

8.3.3. Curso de español avanzado:

El objetivo del programa en la presente modalidad, es desarrollar en el estudiante las competencias comunicativas establecidas por el marco común europeo necesarias para alcanzar un nivel de C2 (nivel nativo), con el cual el estudiante podrá comunicarse sin problema en diferentes contextos evidenciando dominio profundo sobre los conceptos gramaticales en todos sus aspectos. A continuación se relacionan las competencias que el programa busca desarrollar en el estudiante siguiendo los estándares propuestos en el marco común europeo para el aprendizaje de una lengua extranjera.

Gramática: El estudiante tendrá conocimiento y dominio de las diferentes reglas gramaticales que le permitirán comunicarse en diversos contextos sin problema. El conocimiento y aplicación de las reglas gramaticales facilitarán al estudiante comunicarse con su entorno sobre todas las temáticas posibles.

Lectura: El estudiante realizará análisis críticos sobre cualquier tipo de texto sin importar la extensión de éstos ni la temática o si es un texto literario, científico o abstracto. Según el marco común europeo, las siguientes son las competencias que el estudiante desarrollará en la habilidad de lectura para alcanzar un nivel C2.



Comprende e interpreta de forma crítica prácticamente cualquier forma de lengua escrita, incluidos textos abstractos y de estructura compleja o textos literarios y no literarios con muchos coloquialismos.
Comprende una amplia gama de textos largos y complejos, y aprecia distinciones sutiles de estilo y significado, tanto implícito como explícito.

Escritura: El estudiante dominará las estructuras gramaticales para aplicarlas a la escritura, evidenciando conocimiento sobre ortografía, signos de puntuación y redacción. Al mismo tiempo tendrá la capacidad de escribir sobre cualquier tema realizando escritos largos sobre éstos. A continuación se presentan las competencias a desarrollar según el marco común europeo para el nivel C2 en la habilidad de escritura.

C2

Expresión escrita

Escribe textos complejos con claridad y fluidez, y con un estilo apropiado y eficaz y una estructura lógica que ayudan al lector a encontrar las ideas significativas.

Habla: El estudiante se expresará oralmente de manera clara utilizando los recursos gramaticales con claridad para hacerse entender a otras personas, evidenciando lógica en los discursos y correcta pronunciación. Se resalta la seguridad y credibilidad que el estudiante genera al expresarse verbalmente. A continuación se relacionan los estándares a desarrollar en los estudiantes según lo establece el marco común europeo para el nivel C2 en habilidades de expresión oral.

C2

Expresión oral

Produce discursos claros, fluidos y bien estructurados cuya estructura lógica resulta eficaz y ayuda al oyente a fijarse en elementos significativos y a recordarlos.

Escucha: El estudiante podrá entender sin dificultad conversaciones sin importar la velocidad del discurso. Al mismo tiempo tendrá la capacidad de comprender textos en grabaciones musicales identificando la temática que se está tratando. Con base en lo dicho anteriormente, se presentan las competencias a desarrollar para el nivel de C2 en la habilidad de comprensión auditiva según el marco común europeo.

C2

No tiene dificultad en comprender cualquier tipo de habla, incluso a la velocidad rápida propia de los hablantes nativos, tanto en conversaciones cara a cara como en discursos retransmitidos.

La intensidad de clases de la presente modalidad será de cuatro horas al día con una regularidad de tres veces por semana en donde se brindará un conocimiento y uso práctico del idioma para que pueda ser utilizado sin problemas en la cotidianidad de los lugares que el estudiante visite. Al mismo tiempo se realizará una profundización estricta en los contenidos gramaticales y la escritura para fortalecer los procesos de redacción y dominio del lenguaje de manera visual y escrita. Por otra parte, se brindará acompañamiento constante de un docente que compartirá con el estudiante en todo momento y brindará su asesoría en momentos que el éste lo desee.

El estudiante podrá ser alojado en un hogar en el sector rural o urbano de la provincia de la Villa de San Diego de Ubaté según el cliente lo desee; de esta manera se busca que realice actividades de campo o labores en el pueblo donde pueda poner en práctica los conocimientos adquiridos en el programa, atendiendo a la fuerte apuesta de Spanish4All en materia de inmersión.

El curso de español intermedio tendrá una duración mínima de seis meses y una duración máxima de un año. Para asegurar los objetivos de aprehensión del idioma del curso y atendiendo a las modalidades de tiempo, se pretende que la intensidad de clases sea mayor en el caso que el estudiante tome dicha modalidad en el mínimo de tiempo.

Se pretende realizar exámenes de clasificación de manera periódica para hacer seguimiento del proceso de los estudiantes para establecer estrategias de nivelación en los casos que sea necesario, con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos propuestos para cada modalidad del programa.

8.3.4. Actividades y servicios complementarios:

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos de calidad propuestos para cada una de las modalidades del programa, Spanish4all ha establecido una serie de servicios y actividades que complementan las establecidas para cada una de dichas modalidades. Dichas actividades también pretenden dar a conocer diferentes espacios de la geografía nacional a los ojos del mundo mediante actividades como excursiones y expediciones presentados como actividades de inmersión cultural que van a mostrar una cara diferente de Colombia a los usuarios del programa. A continuación se describen las actividades y los servicios complementarios que fortalecen la propuesta del programa Spanish4All.

8.3.4.1. Clases particulares:

Los usuarios además del acompañamiento de un tutor en los espacios de inmersión y en las actividades de clase, tendrán la posibilidad de contar con maestros de español cuando así lo deseen de manera particular para trabajar temas específicos o para fortalecer algún aspecto a mejorar por parte del estudiante. La clase particular se prestará en el domicilio del estudiante o en un lugar diferente en el caso que la temática a trabajar esté relacionada con algún lugar en especial, con una duración de 60 minutos cada clase. El costo será asumido por el estudiante ya que se refiere a un apoyo externo al programa que requiere el usuario por cuenta de si mismo. Spanish4All sugiere al estudiante que el docente que realiza la clase particular pertenezca al programa para dar continuidad al proceso llevado con cada uno de los estudiantes y hacer la asesoría de forma pertinente y de acuerdo a los contenidos del curso.

8.3.4.2. Lunadas y fogatas:

Spanish4All ofrecerá actividades complementarias a los cursos de manera que fortalezcan la propuesta de inmersión facilitando al estudiante el dominio del español según la modalidad escogida. De esta manera se propone realizar fogatas

en espacios alejados a la zona urbana de la Villa de San Diego de Ubaté, donde se realizarán actividades culturales y de esparcimiento en donde el objetivo es facilitar espacios al estudiante para el dominio del español mediante la convivencia y socialización con otras personas, además de abrir vías para el conocimiento de prácticas culturales y cotidianas de la zona.

8.3.4.3. Cabalgatas:

Se realizarán clases básicas de cabalgata para los estudiantes que lo deseen para poder realizar expediciones dentro de haciendas y/o montañas montadas en caballo. De ésta manera el estudiante esta vivenciando una práctica muy común por los habitantes de la zona.

8.3.4.4. Excursiones:

Se realizarán excursiones a diferentes lugares de la geografía nacional para conocer nuevos y diversos paisajes y propiciar un conocimiento más profundo de la cultura colombiana en el ciudadano extranjero, además de brindarle espacios diferentes de práctica del español con las personas del lugar de visita u otros visitantes.

8.3.4.5. Actividades artísticas:

Se brinda la posibilidad que el estudiante tenga clases de baile folclórico además del aprendizaje de instrumentos musicales. De ésta manera el estudiante estará en contacto con la cultura tradicional colombiana y enriquece su experiencia artística mediante la práctica.

8.3.4.6. Intercambio cultural:

Se ofrece un espacio en el cual el estudiante podrá dar a conocer las prácticas tradicionales de su lugar de origen, mediante una feria donde podrá dar a conocer elementos y prácticas de la tradición de su país.

8.3.4.7. Cursos de cocina:

El estudiante tendrá la oportunidad de aprender recetas para la preparación de comidas típicas colombianas con el fin de expandir la cultura nacional a nivel mundial y permitir que los usuarios del programa se lleven esas experiencias y las puedan compartir en sus lugares de origen.

8.4 Perfil de los docentes:

Para dar cumplimiento de los objetivos del programa Spanish4All, se requiere que los docentes que participen de éste y compartan con los estudiantes sean licenciados en idiomas el cual certificarán un nivel de español nativo y un dominio de inglés de B2 como mínimo según los estándares del marco común europeo. De esta manera se asegura que los docentes que pertenecen al programa dominan dos idiomas como mínimo y que tienen la experiencia a nivel de enseñanza lo cual asegura que tienen las competencias requeridas para establecer estrategias pedagógicas a favor del proceso de los estudiantes.

8.5. Infraestructura:

Para garantizar la viabilidad efectiva del programa Spanish4All en la Villa de San Diego de Ubaté, se hace necesario establecer una serie de convenios con entidades gubernamentales del municipio y al mismo tiempo con entidades del sector privado para ofrecer una infraestructura que se extienda por el sector urbano y rural del municipio. Se ofrecerán espacios para realizar las actividades propuestas anteriormente como cabalgatas, caminatas y fogatas entre otras; poner al servicio del aprendizaje del español destinos turísticos del municipio tales como la represa el ható, el monasterio de San Luis, el cerro de la teta y los chorros de Soaga entre otros. Al mismo tiempo se adecuarán espacios para dar alojamiento a los ciudadanos extranjeros en hogares del sector rural y urbano del municipio.

Se establecerán convenios con la secretaria de educación municipal para utilizar la infraestructura de las instituciones educativas departamentales y así poder contar con espacios para dictar las clases de español. De igual forma se pactará con las instituciones educativas de orden privado que se encuentran en el sector rural del municipio poder utilizar espacios físicos para ofrecer clases y actividades en ambientes campestres que sean motivadores para los estudiantes y los docentes.

Se espera que los convenios que se encuentran en fase de plantación en conjunto con las entidades públicas y privadas del municipio tengan éxito y se puedan poner en funcionamiento atendiendo a la oportunidad que significa para las partes involucradas el potenciar a la Villa de San Diego de Ubaté como destino turístico del mundo.

Hasta el momento ya se han adelantado conversaciones con la alcaldía, concejales y funcionarios públicos de entidades municipales en donde se ha evidenciado el interés y la posible aprobación de los convenios mencionados anteriormente, potenciando de esta manera la efectividad de la implementación y el desarrollo del programa.

Por otra parte, se pretende a futuro implementar e-learning, para lo cual se contempla la posibilidad de utilizar la plataforma LMS Colombia; “la cual es especialista en implementar, personalizar y efectuar mejoras sobre plataformas de Gestión del aprendizaje basadas en tecnologías “open source” (código abierto); cuya plataforma, es un software que automatiza la administración de los eventos de capacitación. El LMS permite la inscripción de los usuarios a los distintos programas formativos, lleva el registro de desempeño de los alumnos y proporciona informes para el management de la organización. Un software LMS está diseñado típicamente para editores y proveedores múltiples, pudiendo

administrar cursos desarrollados a partir de diversas fuentes o bien incluir capacidades de creación de contenidos (LCMS)”.²³

8.5.1. Sede:

Se hace necesario contar con oficinas para el funcionamiento de las instancias directivas y salones con recursos tecnológicos para la realización de clase donde se implemente el uso TICS (tecnologías de la información y comunicación). La sede se ubicará en el sector urbano del municipio de Ubaté en donde se brindará el acompañamiento y seguimiento necesario a los estudiantes del programa. Por otra parte se hace necesario abrir una oficina en Bogotá para ofrecer toda la asesoría necesaria a posibles clientes que se encuentren en la ciudad y tengan interés de adquirir el programa sin haber hecho contacto previo. De igual manera la oficina en Bogotá coordinará los desplazamientos de los estudiantes que llegan a Colombia desde su país de origen al municipio de Ubaté, poniendo a su disposición una red logística que comprende transporte del aeropuerto internacional EL DORADO a hostales en caso de requerirlo, o del aeropuerto a la sede en Ubaté.

8.6. Certificaciones: Spanish4all busca la mayor economía para sus estudiantes, por lo cual ha indagado con centros e instituciones que a nivel mundial ofrecen sus servicios de certificación a estudiantes no nativos en la lengua del español, pero que por sus distintas necesidades requieren certificar su nivel de español según el Marco Común Europeo; es por ello que dentro de los servicios que ofrece el programa de la enseñanza del español de Spanish4all, se obtiene una ventaja en costo; ya que nace una actividad significativa en busca de oportunidades para reducir el costo; debido a que, si el cliente desea incluir dicha certificación dentro del paquete que está adquiriendo; spanish4all explotará en lo posible esta

²³ Se puede consultar en: http://www.colombiaelearning.com/?page_id=87

necesidad, generando un precio atractivo para el cliente y facilitándole al mismo tiempo, la búsqueda de lugares y desplazamientos para lograr certificarse: es por ello que Spanish4all ha contactado al Instituto Cervantes en Madrid, España (directamente en su oficina situada en ALCALÁ DE HENARES) y a la F.I.D.E.S.C.U. (vía electrónica) para realizar dichas pruebas y certificaciones.

8.7. Trámites y servicios de visados:

Clase TP 1: Al extranjero que desee ingresar al territorio nacional para ser estudiante, estudiante-practicante, docente, profesional o técnico titulado que tenga como propósito realizar prácticas, conferencista o *asistente de idiomas*, que ingrese al territorio nacional en virtud de tratados de cooperación vigentes en los que Colombia sea Estado parte o promovidos por el Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior "Mariano Ospina Pérez", ICETEX; o cuando se demuestre que se trata de programas o actividades de intercambio cultural o académico.

Invitado para hacer parte de procesos y/o actividades de fortalecimiento en investigación; o como personalidad de reconocido prestigio internacional invitada en desarrollo de proyectos y *programas que promuevan la transferencia de conocimientos y de nuevas tecnologías en distintas disciplinas, sin que exista vínculo laboral alguno.*²⁴

Clase TP 3: al extranjero que desee ingresar al territorio nacional en desarrollo de un programa académico, con beca o sin ella, impartido por un centro educativo o de formación del país debidamente certificado para tal fin, o en virtud de un convenio académico de intercambio y de realización

²⁴ Se puede consultar en:
http://www.cancilleria.gov.co/tramites_servicios/visas/clases

de prácticas estudiantiles. Así mismo, cuando el extranjero desee ingresar al territorio nacional para ser entrenado en un arte u oficio.

Mencionado lo anterior, los estudiantes de Spanish4all pueden laborar con su visa TP 1 y TP 3; ya que ante la Cancillería, este estará en un programa de intercambio cultural en el cual será asistente de idiomas en instituciones privadas o públicas (TP 1); de igual forma el programa ofrece entrenamiento en un arte u oficio, con un convenio académico de intercambio a los extranjeros (TP 3); no obstante, de acuerdo a las necesidades y propósitos del cliente, se hará la solicitud de la Visa colombiana.

Para efectuar el trámite ya sea en línea o presencial deberá presentar su pasaporte con vigencia mayor a 180 días y dos páginas en blanco.

Para que su visa sea estampada en su pasaporte, deberá presentarlo en el consulado donde concluyó su trámite o en las oficinas de Bogotá. Usted podrá ingresar a Colombia presentando la visa electrónica que le llega a su correo electrónico.

9. DESCRIPCIÓN EMPRESA SPANISH4ALL

Spanish4All nace como un proyecto de emprendimiento empresarial por parte de una persona licenciada en lenguas modernas candidata a magister en negocios internacionales de la universidad militar nueva Granada en Bogotá Colombia, interesada en crear una idea de negocio capaz de generar empleo en su lugar de origen (Villa de San Diego de Ubaté), mediante la implementación de un programa de enseñanza de español a ciudadanos extranjeros potenciando de esta manera al municipio como un destino turístico y pedagógico interesante a los estudiantes al ofrecer espacios diferentes al Ciudadino. De esta manera el estudiante que viene de países con ecosistemas y paisajes diferentes al que ofrece la cordillera central se enriquecerá con todo el contexto cultural que ofrece la Villa de San Diego de Ubaté. El programa busca no sólo el beneficio personal sino colectivo al potenciar al municipio como destino turístico de ciudadanos extranjeros y al mismo tiempo que ser una fuente de creación de empleo en la región.

Spanish4All nace para ofrecer un programa con un componente innovador en materia de inmersión lo cual potencia a la empresa como un producto competitivo frente a las demás empresas que compiten en la misma categoría del mercado.

Se proyecta que Spanish4All inicie la prestación de sus servicios para el año 2015.

9.1 Misión.

Brindar los mejores servicios de enseñanza de español con altos estándares de calidad y en modalidades convenientes para nuestros clientes y metodologías efectivas de enseñanza y aprendizaje, haciendo un fuerte énfasis en inmersión e intercambio cultural.

9.2 Visión.

Para el año 2020, Spanish4All se consolidará como un programa líder en formación de español para extranjeros convirtiéndose en referente para otras organizaciones en diferentes lugares del país.

9.3 Principios Corporativos.

1. Calidad. Entendida como el desarrollo de los procedimientos y cumplimiento de los estándares fijados para la prestación de los servicios ofrecidos por nuestra Empresa y la satisfacción de nuestros clientes.

2. Orientación al cliente. Enfocamos toda nuestra atención y talento humano con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando soluciones a la medida, pertinentes y en horarios convenientes.

3. Transparencia. Todos nuestros actos están enmarcados dentro de los principios éticos fundamentales, en el cumplimiento de la ley y con total respeto a nuestros grupos de interés.

4. Respeto por el medio ambiente. Somos una organización respetuosa del medio ambiente y nuestro funcionamiento opera con el menor impacto posible para el medio ambiente.

9.4. Objetivos Corporativos

9.4.1. Objetivos de crecimiento

Spanish4All debe crecer dentro de los siguientes cinco años con el fin de alcanzar la rentabilidad y auto sostenibilidad. Para ello, debe:

- Identificar de manera prospectiva las necesidades de formación y/o asesoría de las instituciones que atiende para ofrecer soluciones a la medida de la institución.
- Identificar nuevos nichos de mercado para sus servicios actuales y

- Determinar las adaptaciones y modificaciones de sus servicios actuales que le permitan incrementar su participación en el mercado.

9.4.2. Objetivos de rentabilidad.

Spanish4All debe ser rentable al finalizar el segundo año de operaciones y generar una rentabilidad anual del 10%. Para ello se establecen los siguientes objetivos de rentabilidad que buscan permitir que se logre satisfactoriamente el porcentaje de rentabilidad deseado.

- Estructurar un programa de marketing efectivo que abarque redes sociales y sedes diplomáticas el cual lleguen de forma masiva y asertiva a los clientes meta, permitiendo de esa manera generar un número de matriculas que satisfaga las necesidades del programa y genere un ingreso rentable.
- Establecer procesos internos claros y eficientes los cuales permitan maximizar los recursos en la elaboración del producto teniendo en cuenta los precios propuestos por la competencia, favoreciendo la rentabilidad de la empresa.
- Establecer estrategias de diferenciación que traten de crear valor para el cliente a lo largo de la cadena de valor.
- Determinar un organigrama inicial que permita a cada integrante de la empresa ejercer varios cargos de forma simultánea con el fin de maximizar la nomina. Durante el crecimiento de la empresa se contratará nuevo personal que abarque funciones de otros cargos.
- Determinar un plan de inversión en infraestructura proyectado a 10 años, con el fin de regular los ingresos de manera armónica.

9.4.3. Desarrollo tecnológico.

Spanish4All invertirá en tecnologías de información y comunicación que le permitan ser una empresa amiga del medio ambiente, disminuyendo la cantidad de impresiones, emisión de recibos, disminución de material impreso, con bajo consumo de energía y combustibles.

9.4.4. Desarrollo Humano.

Spanish4All invertirá un porcentaje fijo de su presupuesto anual en la formación y crecimiento de sus empleados, de acuerdo a las necesidades de la empresa, privilegiando aquellas destinadas al servicio al cliente o a la comercialización y desarrollo de sus servicios.

9.4.5. Desarrollo Comercial.

Spanish4All ampliará, refinará y modificará de acuerdo con los resultados su estrategia de ventas, operaciones y de mercadeo de sus servicios de tal manera que le permitan cumplir con los objetivos anteriores.

9.4.6. Orientación hacia el cliente.

Spanish4All evaluará sus servicios de manera permanente e invitará a sus clientes actuales y potenciales a charlas de actualización y al lanzamiento de nuevos productos y a las mejoras de los mismos.

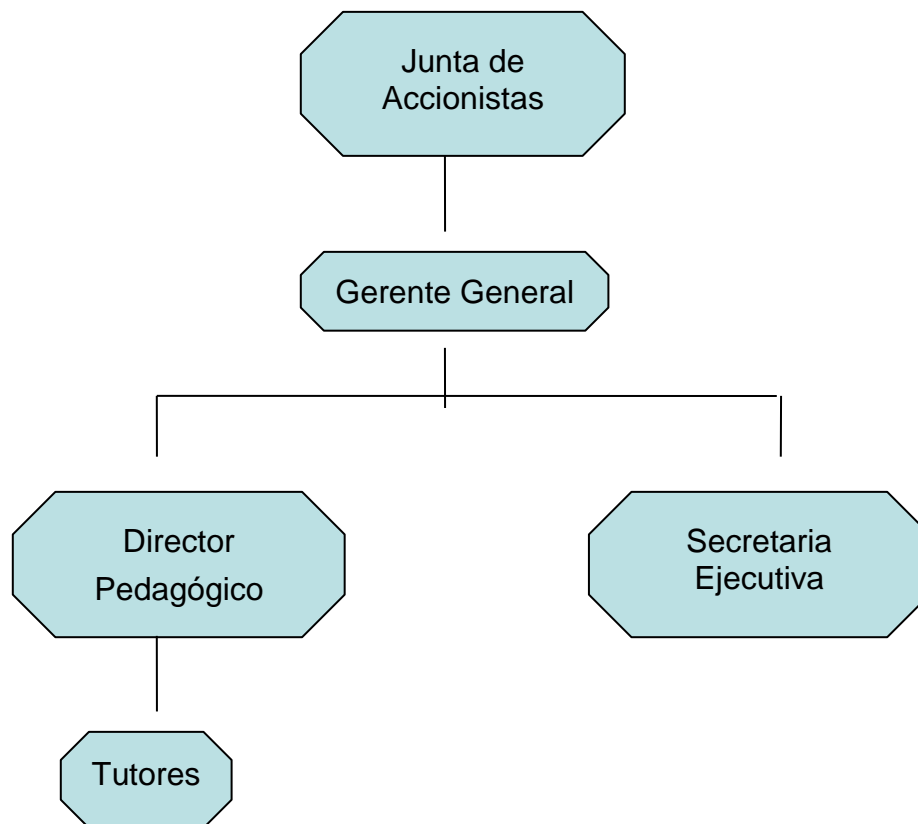
9.4.7 Estructura organizacional.

Para comenzar con el proyecto empresarial, la estructura organizacional seleccionada es sencilla y adaptable para las necesidades de la organización. Esta irá cambiando a medida que la empresa siga creciendo y ampliando su propuesta de servicios educativos y el número de estudiantes vaya creciendo.

9.4.8 Organigrama Institucional.

El siguiente diagrama muestra la estructura organizacional para el programa spanish4all para los tres primeros años de funcionamiento. Se espera que de

acuerdo al crecimiento de la empresa, puedan adicionarse otros cargos, tales como el de Director de Talento Humano y/o el Director Financiero, entre otros.



9.5 Descripción de cargos de la Empresa Spanish4All.

9.5.1 GERENTE GENERAL

Cargo: Gerente General

Asesor Inmediato: Junta de Accionistas.

Resumen del Cargo.

Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por el mercado. Junto con los demás cargos funcionales planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos,

administrativos y operacionales de la organización. Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área pedagógica y de aplicación de los servicios prestados por la empresa. Es la imagen de la empresa en el ámbito externo, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo. Su objetivo principal es el de crear un valor agregado en base a los servicios ofrecidos y garantizar la sostenibilidad y crecimiento de la empresa al igual que el crecimiento y satisfacción de los clientes atendidos por la misma.

Responsabilidades.

1. Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
2. Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
3. A través del personal a cargo vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
4. Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
5. Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

Educación Formación.

- Profesional en Educación o área afín.
- Especialización en Gerencia Estratégica y Financiera.

Habilidad para:

- Detectar nuevas oportunidades de negocio.
- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.
- Comprender situaciones de diversa índole.
- Organizar actividades de formación de personal.
- Buen manejo del tiempo.

Destrezas en:

- El manejo de computador, manejo de programas de ofimática y bases de datos.
- Manejo de redes sociales aplicadas a la comunicación y publicidad empresarial.

9.5.2 DIRECTOR PEDAGÓGICO.

Cargo: director pedagógico

Asesor Inmediato: Gerente General

Resumen del Cargo.

Encargado del componente pedagógico y de investigación y desarrollo de nuevas propuestas de formación que permitan crear nuevas oportunidades de mercado para la empresa. A cargo del talento humano asociado al componente pedagógico de la empresa y responsable de la viabilidad comercial, financiera y pedagógica de los servicios de la empresa.

Responsabilidades.

1. Ejercer la dirección pedagógica, promover la innovación educativa e impulsar planes para la consecución de los objetivos del proyecto empresarial.
2. Diseñar y optimizar los servicios educativos de la empresa para que sean pedagógicamente, financieramente y comercialmente viables.
3. Garantizar el cumplimiento de las leyes y demás disposiciones vigentes.
4. Seleccionar y formar el talento humano más adecuado para la prestación de los servicios educativos ofrecidos por la empresa.
5. Realizar y analizar las encuestas de satisfacción y de calidad de los servicios educativos ofrecidos por la empresa.
6. Cuales quiera otras que le sean encomendadas por el Gerente General.

Educación Formación.

- Profesional en educación.
- Especialización y/o maestría en Gerencia educativa.

Habilidad para:

- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.
- Comprender situaciones de diversa índole.
- Organizar actividades de formación de personal.
- Buen manejo del tiempo.
- Redactar y consolidar propuestas comerciales de formación.

Destrezas en:

- El manejo de computador, manejo de programas de ofimática y bases de datos.
- Manejo de redes sociales aplicadas a la comunicación y publicidad.

9.5.3 DOCENTES:

Cargo: Tutor

Asesor Inmediato: Director Pedagógico

Resumen del cargo.

Encargado de la ejecución y optimización de clases, actividades y servicios ofrecidos por la empresa. Administración de la plataforma educativa de la empresa para el manejo y administración de tareas y actividades. Responsable de la satisfacción de los usuarios del programa y de la calidad y pertinencia del mismo.

Educación Formación

- Licenciado en lenguas modernas

Habilidad para

- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.
- Redactar informes de seguimiento.
- Ejecutar didácticamente y constructivamente las actividades planeadas

- Uso de la plataforma educativa de la empresa para administrar tareas y actividades.

Destrezas.

- Manejo de ofimática.
- Manejo de Internet y redes sociales.
- Manejo de la plataforma de desarrollo de contenidos. (Schoology)

Responsabilidades.

1. Ejecutar didácticamente y constructivamente las actividades planeadas
2. Uso de la plataforma educativa de la empresa para administrar tareas y actividades.
3. Hacer las sugerencias de mejora de los contenidos del programa a través del director pedagógico.
4. Orientar el programa de acuerdo con los parámetros fijados por la empresa.

9.5.4 SECRETARIA EJECUTIVA

Cargo: Secretaria Ejecutiva

Asesor Inmediato: Gerente General

Resumen del Cargo.

Encargada del esquema de comunicaciones internas y externas de la organización, del mantenimiento actualizado de las bases de datos de estudiantes, profesores, proveedores y demás personal involucrado en el funcionamiento de la empresa. Apoyo logístico en el proceso de enseñanza y ejecución de los cursos ofrecidos por la empresa.

Educación Formación

1. Estudios en Secretariado bilingüe terminados.

2. Estudios en mercadeo.

Habilidad para

- Relacionarse con público en general.
- Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva al público.
- Redactar correspondencia de rutina, actas e informe de cierta complejidad.
- Comprender situaciones de diversa índole.
- Organizar el trabajo de la oficina.

Destrezas.

- El manejo de computador, manejo de programas de ofimática y bases de datos.
- Manejo de redes sociales aplicadas a la comunicación y publicidad empresarial.
- Diligenciamiento de formas contables.

Responsabilidades

1. Redacta y transcribe correspondencia, propuestas comerciales, actas, memorando, anuncios y otros documentos varios de poca complejidad.
2. Elabora y ejecuta planes prospectivos de mercadeo para orientar el actuar del Gerente General y/o Director Pedagógico.
3. Diligencia formatos de órdenes de pago, recibos, requisiciones de materiales, órdenes de compra y demás formatos de uso de la dependencia.

4. Recibe y envía correspondencia.
5. Lleva registro de entrada y salida de la correspondencia.
6. Realiza y recibe llamadas telefónicas.
7. Actualiza la agenda del Gerente y del Director pedagógico.
8. Toma mensajes y los transmite.
9. Atiende y suministra información a estudiantes, personal de la empresa y público en general.
10. Brinda apoyo logístico en la organización y ejecución de reuniones y eventos.
11. Convoca a reuniones de la empresa
12. Archiva la correspondencia enviada y/o recibida.
13. Actualiza el archivo de la empresa
14. Lleva control de caja menor
15. Vela por el suministro de materiales de oficina de la empresa.
16. Inscribe estudiantes en cursos, laboratorios y eventos propios de la empresa.
17. Actualiza la cartelera informativa de la empresa.
18. Transcribe e ingresa información en las bases de datos de la empresa.
19. Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
20. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
21. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Spanish4All pone a disposición del usuario toda la logística y el talento humano con el que cuenta para lograr los objetivos de calidad pero es el estudiante con su compromiso y entrega el que permite que éstos se cumplan a cabalidad.

9.6 DISEÑO DEL SERVICIO

El diseño de los servicios ofrecidos por el programa Spanish4All será de la siguiente manera:

9.6.1 Mercado Objetivo.

Los servicios de la compañía estarán diseñados para atender las necesidades de turistas extranjeros que desean aprender el idioma español con disposición de pasar tiempos prolongados en Colombia.

9.6.2 Concepto de Servicio

Cursos de alta calidad académica y práctica en horarios convenientes con un programa de inmersión cultural novedosa, capaz de satisfacer las necesidades del cliente en los tiempos establecidos.

9.6.3 Estrategia Operacional.

La prestación del servicio se realizará según la modalidad e intensidad escogida por el estudiante, de manera que las clases y la inmersión cultural garanticen los resultados deseados por ambas partes. Spanish4All pone a disposición del usuario toda la logística y el talento humano con el que cuenta para lograr los objetivos de calidad pero es el estudiante con su compromiso y entrega el que permite que éstos se cumplan a cabalidad. Se garantiza acompañamiento constante del docente mientras el estudiante adquiere herramientas de comunicación básica para desenvolverse en diferentes contextos por sí mismo.

9.6.4 Estrategia de prestación del servicio.

Los docentes y el programa garantizarán el éxito del mismo mediante seguimientos al estudiante y al docente por medio de exámenes y encuestas de satisfacción para medir la calidad de la prestación del servicio y la percepción que se genera en el usuario.

9.7 ELEMENTOS DEL DISEÑO DEL SERVICIO.

9.7.1 ESTRUCTURALES

El programa en sus diferentes modalidades se llevará a cabo en las zonas rurales y urbanas de la Villa de San Diego de Ubaté (Cundinamarca), para ofrecer nuevos y novedosos escenarios para realizar un proceso de aprendizaje del español mediante la inmersión cultural del estudiante en una cultura ajena a la de procedencia del estudiante.

9.7.1.1 Prestación del servicio

El estudiante realizará su inscripción vía online en la página oficial del programa Spanish4All o por vía telefónica en contacto con la dirección general del programa. Acordados los términos entre ambas partes y fijados los respectivos pagos, se procede a programar la fecha de inicio del estudiante en donde se le garantiza será recogido en el aeropuerto internacional EL DORADO y llevado a su lugar de residencia durante su estadía en la prestación del servicio en el municipio de Ubaté. Se asignará la carga horaria según la modalidad escogida por el estudiante y el tiempo pagado por el mismo. Se hace la prestación del servicio de clases de español en los horarios establecidos y se presta el servicio de acompañamiento docente en los horarios extraclase. Dependiendo de la modalidad escogida por el estudiante, se establecen las actividades rutinarias ofrecidas por el programa, ya sean actividades de campo o labores operativas en el sector urbano como parte del proceso de inmersión ofrecido por SPANISH4ALL fijando el cronograma de actividades culturales para fortalecer la inmersión y el conocimiento de la cultura colombiana. Se realizarán exámenes de clasificación dependiendo de la modalidad y los tiempos del estudiante durante su estadía como estrategia de control de calidad. Al finalizar el curso, se certificará al estudiante con un diploma avalado por las entidades pertinentes en la categoría a la que concierne el estudio realizado.

9.7.1.2 Diseño del sitio de prestación del servicio.

Las clases de español se realizarán en instalaciones ofrecidas por la secretaria de educación del municipio en colegios departamentales que cuentan con la infraestructura física necesaria para desarrollar el programa. Para clases con uso de tecnologías o metodologías diferentes, se contara con salones especializados y dotados de la infraestructura tecnológica necesaria para garantizar el éxito del programa. Los acompañamientos docentes se realizarán en el sector urbano y rural del municipio de Ubaté.

9.7.1.3 Planeación de la capacidad de respuesta.

En caso de ofrecer el servicio a varios grupos de manera simultánea, se realizará la separación de los grupos por nivel y por intensidad de tiempo para no interferir con los plazos pactados por el programa y el estudiante para el logro de los objetivos.

9.7.2 ADMINISTRATIVOS

9.7.2.1 Momentos de Verdad y encuentro con el cliente.

El contacto del cliente con la empresa se da de diferentes formas: Atención telefónica, respuesta online (email, pagina web, plataforma) y en el desarrollo del curso. Para esto, todo el personal de la empresa estará enfocado en una cultura de servicio, de atención personalizada, amable, profesional y en capacidad de resolver inquietudes acerca de los servicios y/o programación de los mismos. Los resultados obtenidos se recogerán a partir de encuestas de satisfacción y evaluando el desenvolvimiento de los estudiantes en escenarios donde pondrá en práctica todo el proceso realizado en el programa.

9.7.2.2 Calidad.

Se trabajará en que la calidad de las modalidades del programa y sus respectivos módulos estén acordes con los parámetros establecidos por la compañía y el marco común europeo, para que se brinden con calidez humana y espíritu de servicio. Además se ha establecido un sistema de evaluación de la satisfacción del cliente que permite hacer los ajustes necesarios entre niveles del programa.

9.7.2.3 Administrando la demanda.

En caso de tener una demanda superior a los 8 participantes, se crearán listas de espera y se abrirá un nuevo curso. Los estudiantes serán asignados a un grupo según la modalidad escogida y el tiempo pagado para la adquisición del servicio.

9.7.2.4 Información

Se fomentará la expresión del cliente en las redes sociales de la empresa y se les enviará información relevante post curso e información sobre nuevos cursos o actualizaciones de los tomados con el fin de estimular el uso de los servicios de la empresa nuevamente. Además se enviarán noticias y comunicados en español sobre diversos temas para que el estudiante una vez haya regresado a su lugar de origen, tenga la posibilidad de seguir practicando el idioma mediante lecturas y ejercicios prácticos de escritura y Speaking.

10. Conclusiones

- Se han determinado los componentes teóricos para desarrollar una cadena de valor para la prestación de un servicio de enseñanza del español a extranjeros en el municipio de Ubaté.
- Es posible desarrollar un modelo de Porter de cadena de valor a un servicio de enseñanza de español para extranjeros.
- De acuerdo al análisis de benchmarking se ha determinado la ventaja competitiva de la competencia utilizando la matriz de cadena de valor propuesta por Porter.
- Se ha estructurado la ventaja competitiva de Spanish4All a través de la determinación de su respectiva cadena de valor.
- Se ha realizado la estructura de una empresa para la prestación de un servicio de enseñanza de un idioma siguiendo los estándares estipulados por la cámara de comercio de Bogotá.
- A través del conjunto de actividades propuesto para la cadena de valor, se puede establecer una empresa rentable con bajos costos operativos para competir con otros servicios a partir de una estrategia de precios atractivos para el cliente que generen rentabilidad en la empresa.
- Se pueden establecer procesos claros para el funcionamiento empresarial a partir de la implementación del modelo de cadena de valor de Porter.
- A partir del análisis de cadena de valor de la competencia y la determinación de su ventaja competitiva, se puede establecer la propia estrategia de diferenciación, haciéndola más llamativa para el cliente.

11. BIBLIOGRAFIA

CHIAVENATO, Idalberto. Gestión del talento humano: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. McGraw Hill. 2002.

Francisco Moreno Fernández y Jaime Otero Roth. Atlas de la lengua española en el mundo. Barcelona: Ariel - Fundación Telefónica, 2007.

GARCIA, Oscar. Administración Financera. Fundamentos y aplicaciones. Cuarta edición. Prensa Moderna Impresores S.A. 2009.

MENDEZ, Rafael. Formulación y evaluación de proyectos. emprendedores. Icontec. Quinta Edición. 2008.

LARA, Pablo y DUART, Josep María. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, FUOC, Vol.2 N. ° 2/ Noviembre de 2005.

Porter, M. (2013). Ventaja Competitiva. México: grupo editorial patria.

RAMIREZ, Juan Pablo. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento. RUSC Vol.5 N.° 2 (2008).

SERNA, Humberto. Gerencia Estratégica: Planeación y gestión – teoría y metodología. Bogotá. 3R Editores

Bibliografía Web

Ernesto Ríos. El español en los sistemas de información: perspectivas de futuro. Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación. Representación Permanente de España ante la FAO y el PMA, 2003. FAO: Trabajando en cooperación. Madrid, 2003 http://www.fao.org/tc/tca/esp/pdf/Ernesto_R%C3%ADos.pdf

Consultado y tomado el 20 de septiembre de 2014 de:
<http://www.cervantes.es/imagenes/file/prensa/el%20espaol%20una%20lengua%20viva.pdf>

Universidad Pontificia Bolivariana (2013). Encuentro internacional de español como Lengua Extranjera - Director Instituto Caro y Cuervo{video}. Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=DHXG8XUNQu8>.

Ministerio de Cultura (2014). Spanish in Colombia, un reto para aprender español. {video}. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=PV6BM5kwGo8>.

Elheraldo.co. (2014, 18 de agosto). Crecen cifras de visitas de extranjeros a Colombia como destino turístico. Disponible en:
<http://www.elheraldo.co/turismo/crecen-cifras-de-visitas-de-extranjeros-colombia-como-destino-turistico-163265>.

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/191/2/CAPITULO%20I.pdf>. Fecha de consulta, Abril de 2014.

<http://www.nuevalengua.com/precios-de-cursos-y-alojamiento-2013.html>.

Consultado Abril 20 de 2014

http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-237704_archivo_pdf_marco_europeo.pdf

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Cadenas%20de%20valor.htm>. Tesis doctorales de Ciencias Sociales. La competitividad del sistema agroalimentario localizado productor de quesos tradicionales, Enrique Espinosa Ayala.

12. Glosario

Cadena de valor: modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización. Es la parte de la administración para generar valor al cliente; de igual manera, divide la compañía en sus actividades estratégicamente relevantes a fin de entender el comportamiento de los costos, así como las fuentes actuales y potenciales de diferenciación.

Ventaja competitiva: proviene fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes; es decir que la empresa puede manifestarse de muy diversas formas; tanto de una buena imagen, de una prestación adicional de un producto, de una ubicación privilegiada o simplemente de un precio más reducido que el de los rivales; ya que supera los costos de ello.

Ventaja en costos: es uno de los dos tipos de ventaja competitiva que posee una empresa. El costo tiene además importancia vital para las estrategias de diferenciación, porque para aplicarlas es necesario mantenerse cerca de los competidores en este aspecto.

Liderazgo en costos: (1ra estrategia genérica) su funcionalidad es la de ofrecer productos o servicios al menor costo de la industria. El reto de esta estrategia consiste en obtener un beneficio adecuado para la empresa, en lugar de operar con pérdidas, y drenar la rentabilidad de todos los actores del mercado.

Diferenciación: (2da estrategia genérica) es un término propio del marketing que hace referencia a una característica de un producto que lo diferencia y distingue de los demás productos de la competencia. La idea de contar con una diferenciación es la de ofrecer un producto único, original y novedoso que nos permita distinguirnos de la competencia, y sea el

motivo por el cual los consumidores nos prefieran a nosotros antes que a ella.

Concentración: (3ra estrategia genérica) se basa en la elección de un estrecho ámbito competitivo dentro de un sector industrial.

Actividades primarias: intervienen en la creación física del producto, en su venta y transferencia al cliente, así como en la asistencia posterior a la venta.

- **Logística interna / entrada:** Actividades relacionadas con la recepción, almacenamiento y distribución de insumos del producto (manejo de materiales, almacenaje, control de inventarios, devolución a los proveedores, etc.).
- **Operaciones:** Actividades relacionadas con la transformación de insumos en la forma final del producto (maquinado, empaque, ensamble, mantenimiento de equipo, realización de pruebas, impresión y operación de la planta).
- **Logística externa / salida:** Actividades por las que se obtiene, almacena y distribuye el producto entre los clientes: recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores, como almacén de materias terminadas, manejo de materiales, operación de vehículos de entrega, procesamiento de pedidos y programación.
- **Mercadotecnia y ventas:** Actividades relacionadas con proporcionar un medio por el cual los compradores puedan comprar el producto e inducirlos a hacerlo (publicidad, promoción, fuerza de ventas, cotizaciones, selección del canal, relaciones entre canales y fijación de precios).

- **Servicio:** Actividades relacionadas con la prestación de servicios para realizar o mantener el valor del producto, como instalación, reparación, capacitación, suministro de partes, mantenimiento y ajuste del producto).

Actividades de apoyo: respaldan a las primarias y viceversa. Ofrecen insumos, tecnología, recursos humanos y diversas funciones globales.

- **Adquisición:** Se refiere a la función de comprar insumos utilizados en la cadena de valor, no a insumos comprados en sí.
- **Desarrollo de Tecnología:** cada actividad de valor representa tecnología, sea conocimientos (know how), procedimientos, o la tecnología dentro del proceso.
- **Administración de recursos humanos:** Actividades implicadas en la búsqueda, contratación, entrenamiento, desarrollo, etc. de todos los tipos de personal.
- **Infraestructura de la empresa:** Consiste en varias actividades, incluyendo la administración general, planeación, finanzas, contabilidad, asuntos legales, etc. Apoya normalmente a toda la cadena de valor y no a actividades individuales.

Rentabilidad: La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. Pero una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. Para hallar esta rentabilidad debemos dividir la utilidad o la ganancia obtenida entre la

inversión, y al resultado multiplicarlo por 100 para expresarlo en términos porcentuales: $\text{Rentabilidad} = (\text{Utilidad o Ganancia} / \text{Inversión}) \times 100$

13. Anexos

13.1. Anexo 1.

Testimonio tomado en abril de 2014, a: Andrés Eduardo González Quiroga (Ingeniero Electrónico); 33 años de edad. Usuario de Open English.

Dice que: Open English se distingue sobre los demás programas de este potencial de mercado, porque es un producto flexible; esto quiere decir, que las personas puede escoger entre las 24 horas del día un horario que más convenga por eso es tan llamativo. Esta enfocado a personas que no tienen tiempo para desplazarse para llegar a un sitio a tomar clases de inglés, esta sería su ventaja competitiva, además que compite haciendo énfasis en las fuerzas de Michael Porter; ya que tienen un producto bien diseñado; Además Open English es una plataforma 100% online bastante amigable, donde tiene la facilidad, los usuarios de descargar, los cursos del día, lo que se va a platicar.

Es también una plataforma que esta enfocada 100% al speaking, luego la flexibilidad horaria para poder ingresar a clases cada hora, en unos grupos pequeños donde se trata de homogeneizar el aprendizaje; los profesores son 100% nativos.

Una de las facilidades y una de las virtudes que ellos dan, son la comunicación y el aprendizaje a través de la práctica constante y el feedback, cada vez que se pronuncia una mala palabra, o hay una mala sintaxis o una mala construcción gramatical, los profesores corrigen automáticamente su pronunciación.

El producto, el placement 100% online, le permite a cualquier persona estar desde cualquier lado y logarse para poder acceder al curso sin tener ningún material físico.

El precio, compite con cualquier curso de enseñanza, sin embargo al comienzo tuvo una dificultad: se enfocaron mucho a generar una imagen bastante cómica, la

que hacía que Open English fuera mal percibido frente a calidad, sin embargo, esto lo han venido mejorando y ahora tienen un producto% garantizado donde la persona que realmente, no quiere aprender fue porque nunca entró a la plataforma.

Testimonio 2 tomado en abril de 2014, a: Camilo Andrés Colmenares Cuartas (Músico Profesional); 31 años de edad. Usuario de Open English.

Dice que: Open English es un programa bastante funcional. Ellos tienen un módulo principal de gramática, que es muy claro; ya que aprendes relacionando imágenes, con contextos y muchas lecturas.

Tienes opción de practicar las horas que tú quieras al día (ilimitado), con un profesor en vivo, con muchos compañeros.

Temáticas específicas también que te dan mucho vocabulario. Uso de estructuras, y también tienes la oportunidad de evaluar tu nivel de pronunciación con un programa interno que tienen; en el, repites segmentos, por ejemplo películas, comerciales, mini charlas, extractos de charlas, donde se hablan temas específicos, mientras tu vas fortaleciendo tu pronunciación.

13.2. Anexo 2.



Nueva Lengua

¡Nos encantó la clase y las actividades!
Aprendemos mucho!
Hasta pronto, Philippo y Leona 😊

Muchísimas gracias a Nueva Lengua! Pasé un tiempo muy especial de los más felices en mi vida. Específicamente quiero decir gracias por estar en mi corazón - y por ustedes puedo decir que YA HABLO ESPAÑOL!

Muchísimas gracias a Nueva Lengua!
Pasé un tiempo muy especial, y voy a extrañar la escuela. Los últimos 5 meses fueron unos de los más felices en mi vida. Específicamente quiero decir gracias a mis 3 amigas, Amira, Lina y Mari - ustedes siempre van a estar en mi corazón, y por ustedes puedo decir que YO HABLO ESPAÑOL! (Por fin... jaja). Espero que encontremos otra vez... tal vez, en Australia?

Gracias y buena suerte a todo,
Tash xx



Nueva Lengua

Me alegraba mucho tener clases en
la escuela en Medellín hace dos años,
y como antes me alegraba mi ciudad
aquí en Bogotá. Nicolás

A Amira, Marce, Rafael, Andrea, Maricela, Oscar,
& toda de mi familia en la escuela nueva
lengua. Gracias por ayudarme con mi español.
Pasé mi tiempo en Bogotá súper chevere
y espero que regresar a Bogotá de nuevo
y de pronto. Uds. son los mejores!
Cuidense, Besitos & Abrazos!

Mike Tomasello
EEUU, San Francisco, Chicago, Miami.

www.nuevalengua.com

13.3. Anexo 3.

Entrevista a Ricardo Ramírez Ramírez
Director de Cultura y Turismo de la Villa de San Diego De
Ubaté



Fecha 15 de marzo de 2014

"La provincia de Ubaté tiene mucho que ofrecerle tanto a los Colombianos como a los extranjeros en turismo porque es una de las regiones más pacíficas que ha habido en la historia de Colombia.

Seguridad

En estos 50 años de violencia que ha habido en Colombia, el Valle de Ubaté es un lugar que no ha tenido Guerrilla, para militarismo o ningún tipo de violencia a pesar de las dificultades políticas y económicas.

Aspecto Geográfico

El municipio de Ubaté se encuentra ubicado en una zona geográficamente privilegiada, ya que sus tierras son unas de las mejores del país. El Valle del Cauca, El Golfo de Uraba, La Cuenca del Magdalena Medio, Chiquinquirá y por supuesto el valle de Ubaté gozan de bastante fertilidad, ya que sus tierras tienen una capa productiva desde 3 metros, en ellas se pueden sembrar árboles a esa profundidad, las cuales a su vez, permiten sembrar y tener alimentos naturales por bastantes años, mientras que en los llanos orientales, la capa es de 15 cm.

La Sabana de Bogotá ha perdido estas tierras porque se han construido edificaciones que han ocasionado que las zonas verdes desaparezcan y nuevas vías y paredes de concreto tomen su lugar; no dando abasto con las necesidades de la ciudad; convirtiendo a Ubaté en un pulmón para Bogotá y sus alrededores, brindando oxígeno a estas tierras; es por ello que la Villa de San Diego, se vuelve

llamativa para los extranjeros y para los colombianos que la visitan con mayor frecuencia los fines de semana; ya sea para hacer negocios, o solo para tener diversión por ser un lugar libre de contaminación, tranquilo y natural.

Los turistas llegan a Zipaquirá a visitar la mina de sal a 25 km de Ubaté (esta recibe hasta 80.000 turistas los fines de semana).

Aspecto Turístico

La Villa de San Diego de Ubaté tiene para ofrecer adicionalmente, a parte de la tranquilidad y las zonas verdes; bastante agua donde podemos visitar La Represa del Hato (administrada por la CAR), donde Ubaté se provee de agua, donde además de su abundancia en belleza, se pueden practicar deportes náuticos, hacer zonas de camping y hay espacios para la familia.

Ubaté tiene otros lugares de interés para visitar; tales como: La Laguna de Palacio, La Laguna de Cucunubá, estas dos espejos de agua están en la jurisdicción y los límites del pueblo de Ubaté; no obstante, a estas lagunas, no le llegan aguas residuales por lo que se puede apreciar alrededor de ellas, la flora y la fauna, además observar aves migratorias; Bureau Veritas y algunos convenios con la Gobernación de Cundinamarca, inscribieron las lagunas, con el fin de traer extranjeros para que puedan desarrollar actividades de avistamiento de aves.

El turismo que menos impacto tiene en la población es el avistamiento pero es el que mejor regalías deja a la región.

La laguna de Fuquene; (a esta laguna hay que hacerle tratamiento especial); ya que le llegan aguas negras de 10 municipios; sin embargo a sus alrededores, hay un desarrollo hotelero de Confacundi bien interesante cerca de esta; de igual manera, existen unas zonas de Páramo que se pueden visitar, las cuales permiten apreciar el nacimiento del Río Ubaté y de diferentes quebradas, por lo cual, estos paisajes y naturaleza ofrecen caminatas ecológicas.

Ubaté también tiene bastante riqueza en el arte rupestre (lo cual es muy atractivo para los extranjeros y para los colombianos en general).

Los indígenas se ubicaron en micro climas que eran beneficios para su salud, ya que no llovía mucho, entre esos lugares Sutatausa y Ubaté, es por ello que, en esta región se puede apreciar este arte.

Sutatausa es un pueblo muy atractivo, que pertenece al Municipio de Ubaté; cuyo lugar está lleno de historia de la época del adoctrinamiento a la religión católica; de igual forma, hay museos interesantes para poder percibir parte de la historia que dejó la inquisición.

Otro atractivo que se puede incluir dentro del turismo atractivo de la región de Ubaté es: la riqueza gastronómica. Ubaté es conocido como la Capital Lechera; su alta variedad en productos lácteos, hacen que las personas deseen visitar el Valle; y al mismo tiempo incrementar el interés de visitar las haciendas donde se puede contemplar las labores del ordeño y pastoreo con los animales de alta genética y donde el campesino desarrolla sus actividades en completa paz y en un ambiente próspero. En cuanto a la gallina criolla y a los derivados del cerdo, Ubaté es uno de los más reconocidos a nivel nacional; en la plaza se pueden apreciar los verdaderos campesinos que aún están activos desarrollando labores comerciales.

Por otra parte, se tiene la idea de volver a habilitar las vías férreas del tren; puesto que esto sería una ventaja para Ubaté, ya que esto ampliaría el turismo y propagaría la cultura en la región. Actualmente el tren llega hasta Zipaquirá; pero se podría ampliar el recorrido hasta la Villa de San Diego, una vez por semana.

Dentro de las variedades que ofrece Ubaté, se encuentran los festivales que se celebran durante el año con la música andina colombiana y la conmemoración de las ferias y fiestas en honor al Santo Cristo, con diferentes actividades tradicionales que logran atraer a turistas tanto como colombianos de diferentes partes del país como a extranjeros del mundo entero; en otras palabras, estos

festivales que hacen alusión a lo religioso y a lo gastronómico a lo largo del año, pueden ser atractivos para que los extranjeros quieran visitarnos.

En el aspecto cultural, Ubaté tiene mucha riqueza en cuanto a la artesanía. La Villa de San Diego apoya a los artesanos a que sigan desarrollando lo que es el arte utilizando el junco propio de la laguna de Fuquene; además de eso; el uso de la lana; Ubaté apoya fuertemente a los artesanos para que continúen su trabajo, por medio de programas que se ofrecen en las escuelas, las cuales se encuentran ubicadas en las veredas y en los barrios dentro del casco urbano del pueblo. El municipio de Ubaté, tradicionalmente es atractivo por sus artículos elaborados con lana de oveja, a pesar de qué se ha venido perdiendo esta parte cultural debido a la llegada de la moda, lo cual ha afectado la economía de la región, ya hay artesanos que se encuentran elaborando mercancías para exportación.

De la misma manera, hay actividades mineras, agropecuarias, agroindustriales, transporte, servicios educativos por conocer.

En cuanto a la arquitectura, Ubaté tiene bastantes haciendas coloniales, la Basílica Menor con un estilo gótico francés, haciéndola así, una de las más hermosas iglesias de Suramérica, algunas casas en adobe, Tapia pisada y piedra, las cuales hacen parte de las casas de los campesinos; no obstante, estas construcciones se hacen así llamativas para los extranjeros.

Para finalizar, Ubaté cuenta con un gran mercado e inversión hotelero cuyos diseños se acoplan tanto a la zona urbana como a la campestre; los cuales ofrecen diferentes lugares de esparcimiento, tales como: relajación, Spa, gastronomía, comodidad, turismo y buen ambiente; entre ellos: Casa Yunque, Manantial de Sueños, Rocas de Cucunubá; entre otros.

Inmersión y posibilidades que ofrece la Villa de San Diego de Ubaté

* Parte educativa: Ubaté ofrece diferentes posibilidades de hacer inmersión por medio de la colaboración voluntaria a instituciones tanto públicas como privadas (colegios y escuelas); no obstante, ya existe un convenio con la AFS (Programas Interculturales Colombia es socio y representante de AFS Intercultural Programs; los Comités AFS en 16 regiones del país están integrados por grupos estructurados de voluntarios que desarrollan los programas de AFS en la comunidad bajo los principios y parámetros institucionales); es decir que, los extranjeros llegan a Ubaté a hacer un intercambio cultural con los niños de los distintos barrios del pueblo y de las veredas de sus alrededores, donde le enseñan a los niños inglés de una manera diferente.

* Posibilidad de empleo para los extranjeros: Ubaté brinda empleos no formales; tales como: en restaurantes, portales turísticos, en hoteles, donde los extranjeros pueden colaborar y tener un trabajo interactuando con diversas personas que vienen de diferentes partes de Colombia y del mundo; al vincularse laboralmente con la Villa de San Diego, se tiene la oportunidad de aprender por medio de la inmersión el idioma español y conocer acerca de la cultura de su región.