

	<b>GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS</b>		<b>CÓDIGO</b>	FO-GS-15	
			<b>VERSIÓN</b>	02	
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>			<b>FECHA</b>	03/04/2017
				<b>PÁGINA</b>	1 de 1
<b>ELABORÓ</b>		<b>REVISÓ</b>		<b>APROBÓ</b>	
Jefe División de Biblioteca		Equipo Operativo de Calidad		Líder de Calidad	

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S) Carlos Orlando APELLIDOS: Castellanos González

FACULTAD: Ciencias Empresariales

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

DIRECTOR:

NOMBRE(S): Javier APELLIDOS: Corredor Beltrán

NOMBRE(S): Yeyle Yohanna APELLIDOS: Villamizar Ballarales

TÍTULO DEL TRABAJO (PASANTÍA): Análisis de la plataforma Express It de la empresa Express Yourself con miras a la internacionalización en el mercado mexicano

Realizar un estudio de mercado con la finalidad de generar un conocimiento de si la empresa Express Yourself cuenta con viabilidad para la implementación de la plataforma de aprendizaje en el inglés llamada Express It hacia las escuelas de educación básica de México, teniendo en cuenta una información acerca de la segmentación socioeconómica, demográfica, psicográfica y demás, caracterizando de cierta manera también la competencia encontrada dentro del territorio mexicano que supone unos retos y oportunidades para que la empresa pueda desarrollarse en este mercado.

PALABRAS CLAVES: (ESCRIBIR MÁXIMO 5)

-Estudio de mercado. -Internacionalización. -Servicio. -Plataforma digital. -Comercio electrónico.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 84

PLANOS: NO

CD ROOM: NO

ILUSTRACIONES: 0.

	<b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b> <b>PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL</b> <b>ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Versión:</b>	1/2013
		<b>Página</b>	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 2 de agosto 2023

Acta N° 09/2023

TITULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Laboratorio Empresarial

**DEL PROYECTO: “ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA EXPRESS IT DE LA EMPRESA EXPRESS YOURSELF CON MIRAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN EN EL MERCADO MEXICANO “**

**MODALIDAD: PASANTÍA**

**JURADOS:**

Cesar Augusto Redondo Florez  
Cesar Augusto Panizo Cárdena  
Dayana Alejandra Barrera Verjel

**ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander**  
**ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander**  
**ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander**

**DIRECTOR:**

**Firma:**

Javier Corredor Beltrán

Javier Corredor B.

**COORDIRECTORA:**

Yeyle Yohanna Villamizar Ballarales

Yeyle Y Villamizar B.

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A- M -L
<u>Carlos Orlando Castellanos Gonzalez</u>	1261533	Cuatro punto dos	<u>4.2</u>	<u>X</u>

Cesar Augusto Redondo Flórez

Cesar Augusto Panizo Cárdena

Dayana Alejandra Barrera Verjel

Liliana Marcela Bastos Osorio  
**LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO**  
**Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional**

ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA EXPRESS IT DE LA EMPRESA EXPRESS YOURSELF  
CON MIRAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN EN EL MERCADO MEXICANO

CARLOS ORLANDO CASTELLANOS GONZÁLEZ

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL  
CÚCUTA. PRIMER SEMESTRE – 2023

ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA EXPRESS IT DE LA EMPRESA EXPRESS YOURSELF  
CON MIRAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN EN EL MERCADO MEXICANO

CARLOS ORLANDO CASTELLANOS GONZÁLEZ

TRABAJO FINAL

DIRECTOR: MAG. JAVIER CORREDOR BELTRÁN  
CODIRECTOR: YEYLE YOHANNA VILLAMIZAR BALLARALE

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL  
CÚCUTA. PRIMER SEMESTRE – 2023

## Contenido

INTRODUCCIÓN	10
RESUMEN	11
ABSTRACT.	13
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.	14
1.1 Planteamiento del problema	14
1.2 Formulación del problema	15
1.3 Sistematización del problema	15
2. OBJETIVOS.	16
2.1 Objetivo general	16
2.2 Objetivos específicos	16
3. JUSTIFICACIÓN (TEÓRICA, METODOLÓGICA, PRÁCTICA).	17
4. MARCO DE REFERENCIA	19
4.1 Antecedentes	19
4.2 Bases teóricas	21
4.3 Marco conceptual	24
4.4 Marco legal	24
4.5 Marco espacial	25
4.6 Marco temporal	26
5. DISEÑOS METODOLÓGICOS.	26
5.1 Tipo de investigación	26
5.2 Método de investigación	26
5.3 Tipo de estudio	26
5.4 Población	26
5.5 Muestra	26
5.6 Sistematización de variables	27
5.7 Tratamiento de la información	27
5.7.1 Técnicas para la recolección de información	27
5.7.2 Técnicas de procesamiento de la información	27
5.7.3 Presentación de la información	28
6. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	28
Capítulo I: Análisis socioeconómico y cultural de México	28

Diagnóstico general de la empresa y análisis del entorno interno de Express Yourself	28
Reseña histórica de la empresa	28
Misión	29
Visión	29
Organigrama	30
Principios y valores corporativos	30
Investigación de mercado	32
Análisis PESTEL: Entorno macroeconómico y microeconómico de la empresa	32
Competición internacional. Ventajas competitivas ante dichas empresas	33
La demanda del servicio en LATAM	34
Principales canales de comercialización	35
Precios de las principales competencias	35
Comportamiento de la competencia en el exterior	36
Capítulo II: Identificación de las características de los actores potenciales en el mercado objetivo	38
Mercado objetivo	38
Composición y características del mercado	38
Participación del sector en el mercado objetivo	38
Tamaño del mercado	39
Segmentación del mercado	40
Segmentación demográfica	40
Segmentación psicográfica	41
Segmentación socioeconómica	43
Análisis de la competencia (internacional)	45
Características de la demanda	47
Localización del consumidor	48
Elementos que inciden en la decisión de compra	49
Oportunidades del mercado	50
Tendencias	51
Capítulo III: Estrategias para la viabilidad en la implementación de la plataforma ExpressIt con el mercado objetivo	54
Análisis FODA	54

Fortalezas	55
Oportunidades	56
Debilidades	58
Amenazas	59
Situación competitiva de la empresa	61
Competencia a nivel local y nacional	61
Análisis sectorial	63
Análisis local, departamental y nacional mediante las cinco fuerzas de Porter	64
Fuerza #1: Poder de negociación de los clientes	64
Fuerza #2: Poder de negociación de los proveedores	65
Fuerza #3: La amenaza de los productos sustitutos	66
Fuerza #4: La amenaza de los nuevos competidores	67
Fuerza #5: La rivalidad entre los competidores existentes	68
Acceso al mercado	69
Forma de acceso más adecuada	69
Marketing mix internacional	69
Modelo Canvas	71
Distribución	74
Promoción	75
Costos y financiamiento	76
Costos para la empresa internacionalizarse	76
7. CONCLUSIONES	79
8. RECOMENDACIONES .	80
9. BIBLIOGRAFÍA.	81
10. ANEXOS.	85

## Tabla de tablas

Tabla 1. Sistematización de variables	27
Tabla 2. Análisis DOFA general de la empresa E.Y.	61
Tabla 3. Costos de financiamiento para la internacionalización.	78

## Tabla de figuras

Figura 1. Organigrama de Express Yourself	30
Figura 2. Esquema del Análisis PESTEL en HubSpot	32
Figura 3. Implementación del Análisis FODA basado por Canadian College.	55

## INTRODUCCIÓN

Este presente trabajo se realizó con el fin de lograr exponer la factibilidad de la plataforma educativa en la enseñanza del idioma inglés en las instituciones privadas de educación básica en México, la plataforma fue creada y es implementada en la ciudad de Cúcuta por la empresa E.Y English Language Solutions S.A.S, llamada ExpressIt, que tiene como objetivo principal contribuir en el aprendizaje del idioma con el estudiante utilizando diversas formas de abordar y planificar cada temática además de la incorporación de técnicas y recursos contemporáneos para mejorar el proceso de enseñanza, y adicional a esto, poder facilitar el proceso del maestro en el aula de clase con el fin de contribuir en la formación de sus estudiantes. Es por esto que, el objetivo de este estudio es identificar las ventajas y oportunidades que podría tener la plataforma ExpressIt junto a una metodología curricular moldeable dependiendo de las exigencias de cada instituto educativo gestionada por Express Yourself y que se logre encontrar la posibilidad de ser ofrecida en los colegios privados de México.

## RESUMEN

Durante este semestre académico materializando el proceso de pasantía dentro de la empresa E.Y English Language Solutions S.A.S se desarrolló el proyecto “Análisis de la plataforma Express It de la empresa Express Yourself con miras a la internacionalización en el mercado mexicano”. La idea surgió a raíz de la necesidad de poder extenderse a nivel internacional su servicio ofrecido en la academia y lograr exportar nuevas oportunidades del negocio en el mercado extranjero. El proyecto se centró en identificar las ventajas y oportunidades que posee la empresa desde la administración y sus empleados hasta el servicio ofrecido, también el análisis de los desafíos que pueden presentar en el sector educativo y diseñar los diferentes canales de marketing y estrategias de promoción para darse a conocer en el mercado mexicano.

El mercado mexicano es uno de los más atractivos para la exportación de servicios educativos debido a su alta demanda de aprendizaje del inglés. Según un informe de la Secretaría de Educación Pública de México (SEP), el aprendizaje del inglés es una necesidad imperante en la sociedad mexicana debido a que el idioma se ha convertido en una herramienta clave para la comunicación en el ámbito empresarial y laboral (SEP, 2019). Además, el informe destaca que a pesar de que el aprendizaje del inglés ha mejorado en los últimos años, aún existe una brecha importante entre la demanda y la oferta de servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado.

En relación con lo anterior, el objetivo principal del proyecto parte desde un análisis detallado acerca de las oportunidades y defectos encontrados dentro de la empresa, en el cuál permita que la academia de inglés Express Yourself identifique un factor diferenciable de acuerdo a las necesidades de los posibles clientes potenciales para que de esta manera logre un posible posicionamiento dentro del mercado mexicano. Las dos estrategias generales identificables para lograr el objetivo principal fueron: la primera consistió en el análisis de la adaptación de los contenidos y la metodología de enseñanza ajustado a las necesidades y características de los consumidores aplicado en la academia con relación de estos elementos con los posibles clientes potenciales dentro del mercado mexicano, y que para el desarrollo de este se realizó un análisis detallado de las características culturales y lingüísticas en la educación básica de México, incluyendo las necesidades y expectativas encontradas en los estudiantes de las escuelas. La segunda estrategia hace referencia al enfoque en un desarrollo de una estrategia de marketing digital dirigida al público mexicano en general, que permitirá a la academia llegar a su público

objetivo por medio de los diferentes canales digitales que existen como redes sociales y motores de búsqueda.

En conclusión, este proyecto se logró identificar las oportunidades y desafíos presentados en el mercado mexicano para la exportación de servicios educativos de inglés y diseñar una estrategia de marketing efectiva para la academia con la ayuda de un estudio de mercado. En resumen se pudo comprobar que México un mercado verdaderamente atractivo para la exportación del servicio educativo de inglés debido a la alta demanda y la escasez de bilingüismo existente. La adaptación de la metodología y contenidos de enseñanza a las necesidades del mercado mexicano y el uso de estrategias de marketing digital fueron dos claves importantes en el éxito de la internacionalización de la academia.

## ABSTRACT

The project “Analysis of the Express It platform of the company Express Yourself with a view to internationalization in the Mexican market” was developed during the academic semester as part of the internship program at E.Y English Language Solutions S.A.S. The main objective was to identify the advantages and opportunities of the company, analyze the challenges that could arise in the educational sector and design marketing channels and strategies to penetrate the Mexican market.

Mexico is highly attractive market for the export of educational services due to its high demand for English learning. According to a report by the Secretaría de Educación Pública (SEP), English has become a key tool for communication in the business and labor sector in Mexico, making it an imperative need for the Mexican society (SEP, 2019). However, there is still a significant gap between the demand and the availability of quality services that meet the needs of the market.

The project focused on identifying a differential factor that would allow Express Yourself to position itself in the Mexican market. Two general strategies were identified: the first involved adapting the teaching methodology and content to the need and characteristics of potential Mexican clients by analyzing the cultural and linguistic characteristics of basic education in Mexico, as well as the needs and expectations of school students. The second strategy involved developing an effective digital marketing strategy directed towards the Mexican public, which would allow the academy to reach its target audience through various digital channels, such as social media and search engines.

The project successfully identified opportunities and challenges in the Mexican market for the export of English educational services and designed an effective marketing strategy for the academy with the help of a market study. In conclusion, Mexico is a truly attractive market for the export of English educational services due to the high demand and the scarcity of bilingualism. Adapting the teaching methodology and content to the needs of the Mexican market and using digital marketing strategies were two important keys to the success of the internationalization of the academy.

## 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Planteamiento del problema

Hace algunos años la enseñanza del inglés ha pasado de ser un privilegio aprenderlo a ser una habilidad muy necesaria considerándose, por sí solo, en un fundamental valor agregado para postularse a algún puesto de trabajo con buena remuneración salarial y poder así garantizarse un futuro. Es una herramienta muy poderosa que es contemplada por los gobiernos que buscan beneficiar y asegurar el progreso de sus ciudadanos y que estos logren aprovechar estas oportunidades.

El aprender un segundo idioma no solo trae beneficios comunicativos, sino también desde aumentar la confianza y motivación al demostrar las capacidades entrenando el cerebro hasta en la toma de mejores decisiones en el diario vivir (Isabel, s.f), estos resultados pueden suponer mejor una percepción a medida que un ser humano crece y se desarrolla dentro de una institución de educación básica, una etapa de mucha importancia, puesto que se fomentan componentes en el aprendizaje como el razonamiento cognitivo, el lenguaje, el crecimiento de las habilidades y la evolución en la relación entre persona y sociedad. En una primera valoración de las ideas planteadas anteriormente, se pondrá una breve descripción con el objetivo de poner en contexto la educación básica en la historia de México con relación al desarrollo de un segundo idioma, en este caso, el inglés.

Hace más de una década, una investigación de (Reyes Cruz, Murrieta Loyo, & Hernández Méndez, 2011) destacaban específicamente la enseñanza del inglés en México, de manera obligatoria desde el año 1926 en las escuelas de carácter público y después del año 1992 algunos estados mexicanos empezaron a implementarlo como un programa regido bajo su particular resolución. En esta investigación exponen la importancia y necesidad de una pronta decisión en la medida de implementar unas políticas públicas en beneficio de un fortalecimiento de la lengua nacional, una apreciación y consideración de las lenguas indígenas identificadas a lo largo del tiempo en México y una comprensión de las lenguas extranjeras como una idea fundamental de los principios de la globalización. Al paso del tiempo, (Hernández García & De la Cruz Villegas, 2022) exponen que la enseñanza del inglés ha sido tendencia entre los países latinoamericanos siendo un paso significativo para la educación en este lado del continente, contemplando en sus currículos escolares una introducción a una segunda lengua extranjera como un aspecto a una formación educada y formalizada evitando así un posible rezago global. A finales del año 2020, durante la

pandemia COVID-19, se implementó un acuerdo radicado en 28/12/20 publicado por (SEGOB, 2020), emitiendo las reglas de operación del Programa Nacional de Inglés (también llamado por sus siglas PRONI) en México, es un programa avalado por la Universidad de Cambridge que establece unos planes y programas de estudio implementados actualmente en la educación básica con el fin de que los estudiantes logren culminar dichos cursos con un nivel considerable de inglés que les permitan expresarse y entender el idioma de manera general.

El inglés, descrito por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2008) es el elemento con mayor relevancia en el tema de las transacciones económicas referente al tema de las relaciones internacionales y también significativas en los negocios debido a la extrema globalización encontrada en los últimos años, es por esto que, el desarrollo de una expresión oral es determinante para una segura comunicación. En el aprendizaje de una lengua se desarrollan las cuatro habilidades lingüísticas básicas: hablar, escuchar, escribir y leer, siendo estos los más importantes para relacionarse con otras personas como también entender diferentes contextos en la vida diaria. La mayoría de personas tienen un interés en aprender un nuevo idioma (por un motivo u otro), es por esto que el desarrollo de estas habilidades lingüísticas son de vital importancia a la hora de iniciar un aprendizaje con su respectivo proceso, sin embargo, (Nava López, 2021) describe que la expresión oral es una de las habilidades más difíciles de obtener y que juega un papel esencial e indispensable para obtener un crecimiento en la comunicación oral en alcanzar la comprensión de un nuevo idioma y siendo este complementario de las demás competencias en el lenguaje aplicando ejercicios prácticos como leer pequeños textos en inglés, reforzar la escritura anotando verbos en inglés, pensar algunas oraciones que realices cada día de la vida, escuchar películas subtituladas en inglés (sumándole la constancia y la perseverancia), y un sinnúmero de situaciones que pueden incrementar de manera efectiva el conocimiento del inglés.

## **1.2 Formulación del problema**

De acuerdo con la malla curricular y las temáticas mencionadas en cada modelo de plan de estudio utilizado en cada escuela de educación básica en México, ¿La plataforma ExpressIt podría complementar el aprendizaje de los estudiantes de las escuelas de educación básica en México?

## **1.3 Sistematización del problema**

- ¿Cuáles son las oportunidades encontradas de acuerdo a la situación socioeconómica y cultural en México?

- ¿Cuáles son las principales características de los actores potenciales en el mercado objetivo?
- ¿En qué medida puede llegar a impactar en la formación del idioma inglés utilizado en la plataforma y los métodos de enseñanza de Express It?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

Realizar una investigación del mercado mexicano para la búsqueda de oportunidades de internacionalización de la plataforma ExpressIt de la empresa Express Yourself, a través de un modelo de negocio Business to Business (B2B).

### **2.2 Objetivos específicos**

- Realizar un análisis socioeconómico y cultural de México, enfocado en el modelo de negocio de la plataforma ExpressIt.
- Identificar las características de los actores potenciales en el mercado objetivo.
- Proponer estrategias para la viabilidad en la implementación de la plataforma ExpressIt con el mercado objetivo.

### **3. JUSTIFICACIÓN (TEÓRICA, METODOLÓGICA, PRÁCTICA)**

En la presente investigación se enfocará en analizar y comprender las principales características socioeconómicas, culturales y educativas de México mediante la realización de un estudio de mercado, con el fin de lograr conocer la posible viabilidad de la plataforma Express It utilizada por la empresa E.Y English Language Solutions S.A.S ubicando la problemática encontrada en el país objetivo, para que de esta manera se pueda entender la dimensión que podría influir de acuerdo a la formación del idioma y si esto podría suponer una posible adaptación del servicio, de acuerdo en gran medida al desarrollo del aprendizaje en los estudiantes con el inglés como segundo idioma y el lograr facilitar el trabajo del docente utilizando los métodos de enseñanza implementados dentro de la empresa. La educación básica en las escuelas de México es un elemento fundamental en la formación de los niños y niñas desde los tres a cinco años hasta los doce a quince años de edad, durante esta etapa escolar adquirirán habilidades y conocimientos básicos como el lenguaje, la comunicación, pensamiento crítico y resolución de problemas, la imaginación, la expresión artística, la creatividad, la convivencia social, el desarrollo personal, la escritura, la historia, etc (British Council de México, s.f). Con la importancia que se le dan a los estudiantes en toda institución de educación básica, a lo largo del tiempo se ha visto un auge considerable en la enseñanza del inglés en Latinoamérica, es por esto que se ha logrado diferentes formas de práctica e implementación, que de esta manera se logra ver favorecido en el aprendizaje del inglés como un segundo idioma, que por cifras es el idioma más estudiado y frecuentado en los negocios internacionales con un alrededor de 1.3 millones de hablantes en todo el mundo (Santander, 2021). Con la formación y los modos de enseñanza que poseen los docentes de cada materia se les da una relevancia más allá del aprendizaje, esto quiere decir que el desarrollo de unas herramientas pedagógicas pensadas en pro del estudiante y con beneficios en aclarar y enseñar desde los educadores tiene como el objetivo de crear a mejores personas y unos posibles futuros profesionales (British Council de México, s.f).

Con el paso del tiempo, el auge de las tecnologías impactó de manera positiva una nueva forma de comunicarnos y, con esto, lograr un expansionismo y una revelación en la llamada globalización, siendo esta una nueva forma de poder relacionarnos con diferentes personas por medio de las nuevas tecnologías sino también una integración de las economías del mundo y sin dejar a un lado la implementación de la mano de obra calificada (FMI, 2000). Analizando la enseñanza del inglés de acuerdo a la época de modernización educativa incorporada hace un par

de décadas junto a la implementación de las nuevas herramientas tecnológicas, (Ramírez Martinell, Casillas Albarado, & Contreras Asturias, 2014) mencionan que, en un principio, los recursos tecnológicos más utilizados por los docentes de inglés para la enseñanza de esta fueron: casete, video casetera, y computadoras de baja resolución y capacidad y traductores de bolsillo, e instrumentos no tecnológicos como los diccionarios, y con la ayuda de la incorporación de las TIC en la facultad de idiomas les resulta más fácil aprender por parte de los estudiantes y ayudar al docente en desenvolverse en su área de conocimiento. En base a lo planteado por (Phillipe, 2004), la (SEP, 2010) genera las principales competencias que un profesor del programa de inglés debe tener para ejercer su profesión dentro de una escuela:

- Dominar los contenidos del currículo en la enseñanza del inglés.
- Dominar las estructuras del inglés.
- Implementar planes de acción para la promoción del proceso de aprendizaje adoptando nuevas formas de adquirir conocimientos, actitudes y habilidades que influyen en el desarrollo del inglés.
- Adaptarse de manera creativa materiales a la teoría, los métodos y estrategias en la enseñanza de un segundo idioma, en este caso, el inglés.
- Promover los derechos humanos y valores de los ciudadanos en el tema cultural de la segunda lengua.
- Atender de manera respetuosa la diversificación de culturas, las habilidades lingüísticas, modos de aprendizaje y primeras vistas de los estudiantes.
- Trabajar en conjunto con el apoyo de crear alianza entre lo académico y los docentes en pro a la enseñanza del inglés (fomentar el bilingüismo en cada uno de los programas).
- Organizar un aprendizaje permanente en donde se involucren procesos del desarrollo personal y futuro profesional.
- Implementar herramientas TIC's en los procesos de formación-aprendizaje del inglés

De acuerdo a la anterior información, (Quiñonez Pech, 2021) establece que las TIC's se encuentran en conjunto con la enseñanza del idioma y de manera simultánea con los métodos de formación por parte del docente garantizan el incremento de las posibilidades de aprendizaje del estudiante dentro y fuera del aula de clase.

## 4. MARCO DE REFERENCIA

### 4.1 Antecedentes

En los estudios evidenciados anteriormente, para identificar y analizar las diferentes problemáticas detectados en las escuelas de educación básica, específicamente en el programa del idioma extranjero inglés se tuvieron en cuenta los siguientes antecedentes:

Ramírez, Pérez & Lara (2017) **Panorama del sistema educativo mexicano en la enseñanza del idioma inglés como segunda lengua:**

El principal objetivo en la realización de esta investigación es la de identificar los fenómenos que inciden en el aprendizaje de una segunda lengua extranjera como lo es el inglés y basándonos en sus antecedentes metodológicos para así lograr analizar sus bases planteadas dentro del sistema educativo mexicano en búsqueda de la internacionalización de la educación básica en las escuelas de México.

Actualmente en México se conoce una inversión en cuanto a la internacionalización de las escuelas públicas y privadas desde su nivel básico de oferta dentro del territorio hasta su nivel más avanzado, dentro de esto se menciona que dentro de este modelo educativo planteado en México debe contener en su currículo una lengua extranjera, puesto que se considera importante dentro del aprendizaje en las “competencias para la vida”, para que de esta manera se logre cumplir uno de varios objetivos planteados por el sistema educativo mexicano (Ramírez Gómez, Pérez Maya, & Lara Villanueva, 2017).

Según datos suministrados mediante un informe realizado en el año 2015 por una organización sin fines de lucro llamada “Mexicanos Primero” expone que solamente el 3% de los estudiantes egresados de la escuela secundaria se encuentran capacitados con unos conocimientos y habilidades que equivalen a B1 en la lengua extranjera inglés según el MCER y con el 79% de los estudiantes egresados no tienen conocimiento del nivel (Ramírez Gómez, Pérez Maya, & Lara Villanueva, 2017). Con lo anterior se concluye un muy alto índice de estudiantes egresados de la educación básica con un desconocimiento elevado del manejo del idioma en un nivel básico.

Montero, de la Cruz & Arias (2020) **El idioma inglés en el contexto de la educación. Formación profesional en un mundo globalizado:**

Tiene como finalidad en manifestar cómo el idioma inglés se ejecuta durante el proceso de enseñanza en el sistema educativo en México y la magnitud otorgada durante la globalización de

los últimos años generados tomando protagonismo en un cambio de reinención (Montero García, de la Cruz Villegas, & Arias Ovando, 2020).

El factor protagónico de la lengua extranjera inglés a principios del siglo XXI ha tomado las riendas dentro de los componentes como lo son lo económico, político, cultural, social y educativo (Montero García, de la Cruz Villegas, & Arias Ovando, 2020); obligando a que las personas logren idearse nuevas formas de aprender el idioma mediante diferentes técnicas de apoyo en el aprendizaje como lo son las TIC's, siguiendo los pasos de la globalización que actualmente se vive durante esta época evidenciados en las actividades de transacciones comerciales y toda forma de negocios encontrados en la actualidad. Es por esto que el idioma inglés es considerado un idioma para los negocios internacionales por su elevado número de empresas y personas que ejercen dentro de un ambiente comunicativo asociado con esta lengua extranjera reconocidos en los tratados de libre comercio en el mundo.

Martínez, Killian & Del Ángel (2016) **Estudio autónomo y estrategias metacognitivas: sus implicaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés en educación básica:**

El propósito principal de esta investigación es analizar los principales factores encontrados dentro de la problemática de los resultados negativos identificados dentro del aprendizaje del inglés en los estudiantes de la educación básica en México, junto a las experiencias dentro del ambiente escolar en la enseñanza de este idioma en otros países de Latinoamérica mediante estudios hechos de manera independiente a la vez de distintas estrategias metacognitivas (dichos métodos no son implementados en la educación básica en México para el aprendizaje del idioma inglés) (Martínez Guevara, Killian Reyes, & Del ángel Cortés, 2016).

Dicho estudio recoge información acerca del idioma inglés en la educación básica en México, el instrumento utilizado fue mediante un examen diseñado y aplicado en el 2015 por la organización "Mexicanos Primero" llamado Examen del Uso y Comprensión del Idioma Inglés para Egresados de Secundaria (EUCIS) bajo los estándares del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER), en el cual su objetivo es de demostrar el nivel alcanzado por los estudiantes de la educación básica específicamente en México dando resultados según el nivel logrado por estos (Martínez Guevara, Killian Reyes, & Del ángel Cortés, 2016).

Otro de los factores identificados en este estudio fue la falta de una política educativa por parte de entidades federativas de forma sólida y eficaz capaz de impulsar la enseñanza del inglés en la educación básica en México, evidenciado en el desaparecimiento del PNIEB en 2014 llegando

a estar unido con el programa de Fortalecimiento de la Calidad en Educación Básica y muchas otras más problemáticas como la falta de capacitación de los docentes de inglés (métodos de apoyo y de enseñanza arcaicos), poco de interés en los funcionarios encargados de los programas de inglés en diseñar una promoción al estudio de dicho idioma en el país relacionados a las estrategias metacognitivas, y muchas otras más problemáticas relacionadas a las estrategias nacionales implementadas por las entidades estatales que se encuentran en función con la educación básica en las escuelas de México (Martínez Guevara, Killian Reyes, & Del ángel Cortés, 2016).

#### **Londoño (2016) Factores que influyen en la elección de enseñar inglés como lengua extranjera en escuelas primarias públicas en Colombia:**

En el presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal de descubrir aquellos factores en los cuales se escogen a los docentes de enseñanza del inglés en las escuelas de educación pública dentro de la ciudad de Santiago de Cali, evidenciados mediante entrevistas a los docentes hallando de esta manera factores sociológicos como el favorecimiento sobre una influencia de familia o alguna relación familiar allegada con el candidato, los factores psicológicos relacionado con la preferencia de estudio o solo cuestión de un gusto en particular con ser tutor de la lengua extranjera, y/o algún factor económico que se encuentra directamente relacionado con la estabilidad laboral (Londoño Bonilla, 2022). Ahora bien, los resultados alcanzados para identificar el nivel de bilingüismo en Colombia no suponen solamente de la situación en el que se encuentra el docente de inglés, sino que también obedece a otros factores que van desde la preparación del estudiante post clase impartida por el profesorado sino también va ligado (en la mayor parte de los casos en Colombia) a los recursos necesarios para obtener las suficientes bases y el desarrollo de las habilidades adquiridas durante el curso como lo son la infraestructura de la institución que limitan la posibilidad de impartir clases en un ambiente confortable que llega a dificultar la utilización de las políticas públicas establecidas por el gobierno colombiano, demostrando así de esta manera que el actor intelectual de la situación del aprendizaje en el idioma inglés en las pruebas de Estado en Colombia es el gobierno (Londoño Bonilla, 2022).

#### **4.2 Bases teóricas**

Los modelos teóricos utilizados para basarse en una posible internacionalización de la empresa E.Y English Language Solutions S.A.S con la implementación de la plataforma Express It con las escuelas de educación básica en México son las siguientes:

### **Modelo Uppsala**

La hipótesis y, en principio, el planteamiento del enfoque de esta teoría para la internacionalización de empresas llamado Modelo Uppsala, surgiendo desde los años 70's basados en la creación de las ideas principales entre dos artículos de los autores Johanson y Wiedersheim en 1975 y Johanson y Vahlne en 1977. Este modelo parte de una premisa sobre la consideración de que la mayoría de empresas aún siendo pequeñas y en su etapa evolutiva empiezan a implementar sus operaciones de internacionalización buscando una expansión de manera gradual. Johanson y Vahlne (1977) reconocen que el interés que despiertan las empresas es conseguir la internacionalización sin tener en cuenta recursos y conocimientos acerca de los mercados internacionales, llevándolos a generar mucha incertidumbre dentro de las organización, junto con la disminución de una toma de decisiones efectiva que logre generar una experiencia positiva entre sus colaboradores (Gómez Parada & González Sarmiento, 2011). Dentro de la perspectiva de Vahlne y Nordström (1993) el modelo no hace referencia a una explicación del porqué una empresa inicia con su proceso de exportación, sino que se basa en el concepto de distancia psicológica, que se define como el conjunto de factores que afectan y descomponen la corriente de información surgida entre los integrantes de una organización y el mercado objetivo. Los elementos diferenciadores que influyen en la consecución de la internacionalización son el lenguaje, el nivel de capital humano, los sistemas políticos, la cultura, el desarrollo industrial, inclusive el desarrollo de aquellas prácticas empresariales junto a la distancia geográfica que impactan enormemente el tamaño del mercado y su objeto de destino.

### **Modelo de innovación**

(Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2005) los autores estadounidenses de este modelo Bilkey y Tesar (1977), Cavusgil (1980), Reid (1981) y Czinkota (1982) mencionan una relación muy cercana entre la internacionalización junto a la innovación destacando estas dos como factores importantes que intervienen en la toma de decisiones dentro de una organización e incrementan de una manera positiva la participación en el ámbito internacional, aumentando los métodos de innovación hasta el punto de lograr una toma de decisión altamente creativa, desenvolviéndose bajo los límites que impone el mercado objetivo, que involucran a los actores más influyentes y de mayor jerarquía dentro de la empresa los cuales son responsables de la promoción y progreso de la organización.

### **Modelo de redes**

Dentro del desarrollo de este modelo (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2005) planteado por Fillis (2001) resulta un modelo de redes dentro del proceso de internacionalización de una empresa se establecen y se construyen unas nuevas relaciones que pueden materializarse y transformarse dentro del nuevo mercado objetivo por medio del avance en la conexión de las redes digitales con el paso del tiempo se encuentran en un mundo globalizado. Las cercanías a este modelo se derivan dentro de las investigaciones desarrolladas en Suecia que tienen relación con los procesos y modelos de internacionalización planteados por las industrias.

En general, la internacionalización nos conduce a un proceso de formación y a una transformación de las formas de implementar un grupo específico de redes creando así más que solo una estrategia regida por una simple firma (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2005).

### **Teoría ecléctica sobre la internacionalización**

También conocida como Paradigma Ecléctico o Modelo de Dunning, (Aranda & Montoya, 2006) explica el proceso de internacionalización de las empresas con el planteamiento de tres principales hipótesis formuladas bajo el fundamento de las actividades que se desarrollan por fuera de las fronteras, explican el cómo, el dónde y por qué se realiza este proceso entre las organizaciones nacionales. El paradigma OLI (siglas en inglés) se basan en:

- **Ownership (Propiedad):** Hace referencia a los activos y recursos específicos que tiene una empresa, que les sirve de apoyo para generar una ventaja competitiva frente a sus competidores internacionales. Recursos como las marcas registradas, la tecnología patentada, y las habilidades o el conocimiento diferenciador.
- **Location (Localización):** Dentro de la localización se observa la determinación de un territorio geográficamente específico en donde se lleven a cabo ciertas actividades comerciales de la organización. Incluyen ventajas como mano de obra especializada, políticas que impulsen el comercio, facilidad en el acceso a nuevos mercados e infraestructura adecuada.
- **Internationalization (Internacionalización):** Consta de las ventajas relacionadas con realizar actividades de la organización en el extranjero sin el uso de intermediarios que hagan parte del proceso. El desarrollo de la internacionalización posibilita la propia ejecución y control de los recursos, coordinar de manera efectiva los procesos operativos internacionales de la organización e incluido la captación de beneficios

adicionales como lo pueden ser las alianzas estratégicas o también la compra de empresas extranjeras en el mercado objetivo.

### 4.3 Marco conceptual

**EMPRESAS:** Es un organismo por el cual está formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela (Romero, 1997).

**INTERNACIONALIZACIÓN DE UNA EMPRESA:** Proceso, en el cuál, una empresa desarrolla una parte de las actividades de la empresa en un país distinto al de origen de la empresa.

**SERVICIO:** Prestación de una actividad que cumpla satisfacer la necesidad de una persona y/o organización sin necesidad de llegar a producir algún material físico (RAE, s.f.).

**COMERCIO ELECTRÓNICO:** (También llamado comercio electrónico) es un conjunto de acciones comerciales (suministro de información, marketing, distribución, compra y venta) de algún producto y/o servicio a través de un sitio web (VISA, 2023).

**PÁGINA WEB:** Es una serie de información que se encuentra enlazada mediante una dirección establecida en internet (Languages, s.f.)

**APLICATIVO COMPUTACIONAL:** Es un programa informático conforme a funcionar de acuerdo a unas funciones u operaciones específicas a realizar dentro de la informática, con el fin de proveer información para ejecutar tareas sencillas y complejas facilitando la experiencia para el usuario (GCFGlobal, s.f.).

### 4.4 Marco legal

#### **Capítulo 17: Marco Legislativo de la Educación. Artículo 3°. Y la educación obligatoria.**

Según las bases predispuestas en (UNAM, 2012) dentro del marco normativo dictaminado por el Congreso de la Unión fue expedida la Ley General de Educación vigente dentro de la educación en México se decreta el artículo 3° dentro de la carta Magna que establece principios de libertad, laicidad y gratuidad, en las instituciones públicas como en las privadas, garantizándose sin excepción alguna.

#### **Certificación ISO 27001:2013 Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información:**

Según ISO/IEC 27001 en SGSI tiene como objetivo la correcta gestión y el debido control en el tema de los riesgos en la exposición de la información de aquellas organizaciones que prestan el servicio en las diferentes redes tecnológicas, que generan importancia dentro del desarrollo del negocio (ICONTEC, 2013).

**Decreto establecido por una Secretaría de Estado (Secretaría de Educación Pública):**

Publicado el 3 de octubre del año 1921 (México, 1921) establece tres artículos establecidos por la Secretaría de Educación Pública (SEP) de la mano del Poder Ejecutivo Federal de los Estados Unidos Mexicanos:

**Artículo primero:** Establece una secretaría de estado llamada Secretaría de Educación Pública (SEP).

**Artículo segundo:** Corresponde a la SEP asignar las dependencias mencionadas dentro del documento (México, 1921)

**Artículo tercero:** Las leyes regidas bajo la ley de secretarías de Estado de diciembre de 1917 se emitirá por la Secretaría de Educación Pública entre las demás secretarías definidas dentro del marco normativo.

**Ley General de Educación: Capítulo IV: Orientación Integral.**

Regida por (GOB, 2019) se establecen los siguientes artículos:

**Artículo 17.** El contenido dentro de los planes curriculares de los programas de estudio se encuentra en vinculación con la Nueva Escuela Mexicana (NEM) para garantizar la orientación integral dentro de los procesos de enseñanza de los maestros acorde a los criterios establecidos por este.

**Artículo 18.** Dentro del Sistema Educativo Nacional se consideran como fundamental los siguientes elementos dentro de los procesos educativos como lo son: pensamiento crítico y lógico, alfabetización numérica, comprensión lectora, expresión oral y escrita, conocimiento tecnológico y sus herramientas informáticas y comunicativas, conocimientos científicos, pensamiento humanístico, filosófico e histórico, el desarrollo de habilidades socioemocionales, habilidades y conocimientos motrices, la apreciación y creación artística y muchas otras más.

**Artículo 20.** Establece que los docentes deberán realizar un acompañamiento a sus estudiantes con el fin de hacerles un seguimiento a su proceso educativo para que de esta forma se puedan acerca a la realidad y promocionar su transformación interpretativa.

#### **4.5 Marco espacial**

El marco geográfico de referencia para este proyecto de investigación es México, debido a que se busca un análisis del estado pasado y actual en la enseñanza del idioma extranjero inglés dentro de la educación básica en México, para así poder identificarlos y realizar su respectivo

estudio de mercado con el objetivo de examinar la viabilidad de la plataforma Express It dentro de las escuelas en México.

#### **4.6 Marco temporal**

El tiempo de realización de este proyecto consta desde finales del mes febrero del 2023 hasta principios del mes junio del año 2023, específicamente dentro de la empresa Express Yourself ubicada en Calle 1 Nro 9E-86 Barrio Quinta Oriental (Cúcuta, Norte de Santander).

### **5. DISEÑOS METODOLÓGICOS**

#### **5.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación a desarrollar en este proyecto investigativo tiene de trascendencia cualitativa, en donde se realizará una recolección de información basado en un análisis realizado en diferentes estados de México para conocer las diferentes perspectivas de la situación de la educación del idioma extranjero inglés en el sistema educativo básico de las escuelas de México.

#### **5.2 Método de investigación**

El método de investigación a desarrollar en este proyecto investigativo será de tipo exploratorio, recolectando la información suministrada de una problemática definida de la enseñanza del inglés dentro de las escuelas primarias públicas en México con datos aportados del artículo realizado en la Universidad de Sonora con datos recogidos en la mencionada investigación.

#### **5.3 Tipo de estudio**

El tipo de estudio a desarrollar en este proyecto investigativo será de tipo descriptivo, teniendo como objetivo principal el describir y analizar las distintas problemáticas encontradas durante la realización del estudio en base a la situación del aprendizaje del inglés en la educación básica en México.

#### **5.4 Población**

La población que tendremos en cuenta para la realización de este proyecto de investigativo será los estudiantes que participan de la enseñanza del inglés en la educación básica en México y los actores estatales que controlan y regulan todo este tema.

#### **5.5 Muestra**

La muestra que tendremos en cuenta para la realización de este proyecto investigativo será mediante la realización de un estudio de mercado implementado por el pasante junto a el estudio del inglés en las escuelas de educación básica en México recopilado por un estudiante de la Universidad de Sonora del estado de Sonora en México.

## 5.6 Sistematización de variables

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Realizar una investigación del mercado mexicano para la búsqueda de oportunidades de internacionalización de la plataforma ExpressIt de la empresa Express Yourself, a través de un modelo de negocio Business to Business (B2B).	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Realizar un análisis socioeconómico y cultural de México, enfocado en el modelo de negocio de la plataforma ExpressIt.	Análisis PESTEL
Identificar las características de los actores potenciales en el mercado objetivo.	Análisis de artículos investigativos
Proponer estrategias para la viabilidad en la implementación de la plataforma ExpressIt con el mercado objetivo.	Análisis FODA

Tabla 1. Sistematización de variables

## 5.7 Tratamiento de la información

### 5.7.1 Técnicas para la recolección de información

El proyecto de investigación “Análisis de la plataforma Express It de la empresa Express Yourself con miras a la internacionalización en el mercado mexicano” cuenta con artículos de investigación en donde se encuentra información obtenida mediante encuestas y estudios de este tema.

### 5.7.2 Técnicas de procesamiento de la información

Para el primer objetivo específico se realiza un análisis PESTEL para definir el contexto a desarrollarse y así poder identificar las oportunidades dentro de este mercado.

En el segundo objetivo se pretende hacer un análisis de algunos artículos investigativos para lograr definir el entorno encontrado dentro de la enseñanza del inglés en la educación básica en México.

En el tercer objetivo se realizará un análisis FODA con el fin de permitir un análisis de la viabilidad y posible implementación de la plataforma ExpressIt con relación al mercado objetivo conociendo de una forma más detallada el contexto actual de la educación del inglés orientados por los docentes de este país.

### **5.7.3 Presentación de la información**

La información que se obtiene a través del análisis PESTEL, el análisis de artículos investigativos y el análisis FODA, será expresada de forma escrita con el fin de buscar brevedad y precisión con la información. De esta forma se tiene un mejor análisis del contexto que existe de la enseñanza del inglés en la educación básica en México junto a sus características relacionadas con la posible aplicación de la plataforma ExpressIt.

## **6. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

### **Capítulo I: Análisis socioeconómico y cultural de México:**

#### **Diagnóstico general de la empresa y análisis del entorno interno de Express Yourself**

##### **Reseña histórica de la empresa**

E.Y ENGLISH LANGUAGE SOLUTIONS S.A.S, fue fundado en 2015 por Joe Goderre, un canadiense radicado en Colombia desde el 2010, la empresa nació de una pasión para enseñar, una vocación para servir, junto con la convicción de que hablar inglés cambia la vida de las personas para lo mejor. El instituto está orientado bajo los principios de excelencia, disciplina, humanización y competencia, tiene como propósito fundamental formar personas competentes en el idioma inglés con los más altos valores éticos y sólidos conocimientos intelectuales, comprometidos en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

En E.Y ENGLISH LANGUAGE SOLUTIONS S.A.S damos soluciones lingüísticas y somos una empresa con la razón social registrada para realizar dicha actividad con nuestros programas avalados por la secretaria de educación.

Contamos con una amplia experiencia trabajando con gobiernos extranjeros y representantes gubernamentales de varios países; además, hemos trabajado estrechamente y de la mano con varios ONG miembros del clúster posicionados en la región, prestando servicios de enseñanza del idioma, traducción e interpretación, garantizando siempre el mejor servicio de manera profesional.

Nuestro portafolio de servicios y experiencia en el sector humanitario es muy amplio y no solo cuenta con alianzas en el sector humanitario y público, sino también tenemos extensa experiencia trabajando con empresas de la región prestando servicios de enseñanza de inglés empresarial, ajustando los programas según la necesidad de cada empresa y sus respectivos empleados.

En el sector educativo hemos trabajado con más de 25 instituciones entre colegios y universidades, prestando servicios educativos enseñando, asesorando, suministrando docentes y proveyendo acceso a nuestra plataforma educativa Express IT, el cual cuenta hoy en día con más de 24.000 usuarios en la región, para así enriquecer mucho más la experiencia de estudio dentro de nuestra institución donde se complementa el programa con la misma.

### **Misión**

Somos una institución educativa que ofrece soluciones en el idioma inglés, facilitando el conocimiento, el proceso de aprendizaje para el estudiante, la interacción del lenguaje con la población interesada en adquirirlo o mejorar su nivel, impactando positivamente en la vida de los usuarios a través de soluciones ofertadas en la enseñanza del idioma, potenciando su interculturalidad.

### **Visión**

Ser el instituto de idiomas líder del Norte de Santander, alcanzando reconocimiento como una institución educativa de alta calidad en sus programas y servicios; posicionando la marca del instituto en la mente de todas las personas que deseen aprender el idioma inglés, siendo Express IT la plataforma de mayor calidad y uso a nivel nacional e internacional cumpliendo con las expectativas de los estudiantes, abriéndoles un espacio divertido, dinámico y útil para aprender, practicar e interactuar la enseñanza de este lenguaje. Que Express IT sea la plataforma de mayor calidad y uso en el departamento cumpliendo con los expectativas de los estudiantes, abriéndoles un espacio divertido, dinámico y útil para aprender, practicar e interactuar con el idioma.

## Organigrama



Figura 1. Organigrama de Express Yourself

### Principios y valores corporativos

Los principios son el conjunto de normas que definen el comportamiento de E.Y ENGLISH LANGUAGE SOLUTIONS SAS. Por ende, deben ser practicados por todos los miembros de la comunidad educativa, constituyéndose en la base de su cultura.

- **Democracia:** Principio que define la participación de los diferentes actores de la comunidad educativa en la planificación, la toma de decisiones, la puesta en marcha de las operaciones y la evaluación de la cultura institucional contenida en el PEI.
- **Desarrollo humano integral:** Incluye el desarrollo de los criterios, actitudes y habilidades requeridas para un eficaz desempeño. El Desarrollo Humano Integral necesita de la formación en el saber, en el saber hacer, en el ser, y en el emprender.
- **Corresponsabilidad:** Nivel compartido de responsabilidad entre el binomio (estudio en casa y estudio en el instituto).
- **Calidad:** Es una filosofía de trabajo que consiste en hacer bien las cosas desde la primera vez; ya sean nuestras funciones, actividades y tareas a tal punto que satisfagan permanentemente las necesidades y expectativas que cumplan con la misión institucional.
- **Participación:** Intervención activa y responsable en las decisiones y acciones relacionadas con el desarrollo y el mejoramiento de nuestras condiciones de vida.

- Respeto a la diversidad: Supone reconocer que entre las personas existen diferencias como: (sexo, edad, clase social, grupo étnico, nacionalidad, por discapacidad o preferencias religiosas, sexuales o políticas).
- Estandarización: Adopción en el programa del Marco Común Europeo de referencia para las Lenguas y su Evaluación como modelo a seguir.
- La Sana Convivencia: Se refiere a la potencialidad que tienen las personas para ‘vivir con otros’ respecto al respeto a las ideas y sentimientos de los demás, la tolerancia frente a las diferencias, la aceptación y valoración de la diversidad, la solidaridad, entre otros. Junto a otros valores complementarios como:
  - Respeto
  - Calidad
  - Honestidad
  - Puntualidad
  - Pasión
  - Áreas de la empresa

En la empresa E.Y ENGLISH LANGUAGE SOLUTIONS S.A.S, iniciando desde el rango de mayor nivel jerárquico en la empresa hasta las demás áreas complementarias. Empezando por el **DIRECTOR GENERAL** de la empresa seguido de esto se encuentran dos personalidades externas este que son los **ASESORES EXTERNOS** y el **DESARROLLADOR DE CONTENIDO**, después dentro de la empresa se dan a conocer las tres siguientes áreas: la primera área es **COORDINADOR ACADÉMICO** que constituyen **DOCENTES** y **TRADUCTORES E INTÉRPRETES**, la segunda área se encuentra el **ADMINISTRATIVO** conformado por el **CONTADOR**, el **ASESOR COMERCIAL** y la **AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES**, y por último, en la tercera área se encuentra el **LÍDER DE PLATAFORMA** que constan de **CREADOR DE CONTENIDO**, **DISEÑADOR GRÁFICO**, **EDITOR DE MULTIMEDIA** y el **AUXILIAR DE PLATAFORMA**.

## Investigación de mercado

### Análisis PESTEL: Entorno macroeconómico y microeconómico de la empresa

En un primer momento el análisis PESTEL da un nivel más en el conocimiento del entorno macroeconómico y microeconómico en el que se encuentra rodeado independientemente del servicio o el producto que ofrezca la empresa.



Figura 2. Esquema del Análisis PESTEL en HubSpot

En el entorno macroeconómico se tienen en cuenta los factores económicos determinantes dentro del ambiente de la empresa a la hora de aplicarlos dentro de una planificación estratégica, los factores que se incluyen son los mercados financieros, tipo de interés, el precio de la moneda local con relación a la internacional, la inflación, el Producto Interno Bruto (PIB) entre otras (Sarasola, 2022). En el entorno microeconómico son aquellos factores que llegan a afectar de manera directa a la empresa y en sus correctas funciones dentro de cada área, pueden ser controladas o no por la misma organización. Estos factores los conforman los proveedores que suministran los productos o servicios necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa, están los intermediarios quienes juegan un papel importante en la promoción y distribución del producto o servicio, también se incluyen a los clientes quienes terminan adquiriendo los bienes o servicios, y por último se encuentran los competidores que aunque estos no son controlados por la empresa buscan también un beneficio que puede suponer en una posible alianza comercial y un mutuo gana-gana (GrupoIOE, 2019).

De acuerdo a la información anterior que se tendrá en cuenta para realizar el Análisis PESTEL a la empresa Express Yourself se encuentran las siguientes características:

#### POLÍTICOS

\* Ley 1651 del 2013 decretado por el gobierno colombiano sobre la educación de una lengua extranjera.

\* Programa Nacional de Inglés (PNI) 2015-2025.

\* Ley 115 del 8 de febrero de 1994 según lineamientos curriculares en idiomas extranjeros.

#### ECONÓMICOS

\* TRM hoy: Oscila entre los 4.458,27 a los 4.678,25 pesos colombianos por dólar estadounidense durante el primer trimestre del 2023 (Banco de la República).

\* PIB IV trimestre del 2022: 257.792 millones de pesos (COP) (DANE 2023)

Figura 3. Gráfico apoyado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel>. Información propia.

### **Competición internacional. Ventajas competitivas ante dichas empresas**

Dentro de la competencia en el ambiente de las academias de enseñanza en el idioma extranjero, en este caso el inglés, se tienen algunos aspectos que dan un valor agregado para aumentar en mayor medida las posibilidades de crear una ventaja competitiva considerable y que de esta forma se pueda establecer un espacio en el mercado. Estos aspectos son los siguientes:

- ✓ Los profesores nativos de países con origen del idioma que enseñan dentro de su labor como docentes se encuentran en las empresas que tienen como objetivo socializar mucho más a sus consumidores del aprendizaje de la lengua extranjera, en este caso el inglés.
- ✓ Existen salas personalizadas pre-pagadas con el fin de socializar las dudas proporcionadas por el estudiante después de culminar una lección y/o una clase en línea, estas salas son

comunicadas con minutos de anterioridad por medio de la atención y soporte al estudiante que ha adquirido el plan.

- ✓ Clases individuales a personas con poca flexibilidad horaria debido a diferentes situaciones que vive la persona durante el día a día y no tiene un horario establecido durante el día, semana y/o mes.

Ofertan clases para empleados en empresas que requieren personal con capacidades lingüísticas en las interpretaciones de un idioma extranjero (en el idioma inglés) para realizar diferentes funciones dentro de la empresa o relacionados con otras empresas que se encuentran instaladas en el extranjero y realizan procesos en relaciones internacionales entre ambas y necesitan de un idioma universal en el que se puedan comunicar.

### **La demanda del servicio en LATAM**

En Latinoamérica la demanda de las academias de inglés tomó un giro inesperado después del 2020 con la llegada del COVID-19, de hecho las cifras se duplicaron con el incremento del interés de adquirir un nuevo idioma ya sea por ocio, por gusto o por necesidad de buscar ofertas de trabajo más remunerado, estudiarlo antes era un privilegio y ahora es una habilidad básica. Según la información facilitada por Los Ángeles Times (01/10/2021) suministra estadísticas pronunciadas por la gerente de los programas de Lenguas de la empresa Kumon Priscila Rojas enunció que solo el 5% de los latinoamericanos están capacitados con un buen nivel de inglés y hoy en día alrededor del 35% de los empleos ofertados en el mundo piden como requisito básico y primordial el dominio del inglés “siendo una de las asignaturas pendientes de mayor relevancia y con grandes ventajas laborales y personales en el mundo” expresó Priscila (Agencia EFE, 2021).

Dentro de la práctica del bilingüismo en el idioma inglés se encontró un análisis en el mes de abril en el año 2022 realizado por la Universidad de Cambridge se expuso que el 78% de los empleados en empresas ubicadas en Latinoamérica piden como requisito el dominio del inglés para acceder a cargos de ámbito directivo, a nivel nacional cerca del 82% de los empleados en Colombia buscan la necesidad de conseguir el conocimiento del idioma, y en las industrias en general existe una brecha entre los conocimientos del idioma inglés junto a las habilidades que cuentan los empleados, disparidad que cada vez se vuelve más grande debido al auge en el modelo del trabajo remoto (o también llamado teletrabajo) supone cada vez más un mundo globalizado dentro del tema de los negocios internacionales y que dichas empresas trabajan en

equipos de diferentes lugares del mundo y que para lograr el éxito en ellas es importante el dominio del idioma universal el inglés (Sistemas, 2022).

### **Principales canales de comercialización**

Los principales canales en la comercialización de los contenidos académico suministrados por las academias de inglés actualmente se encuentran dentro del internet y los aparatos electrónicos más utilizados en el mundo, como lo son los teléfonos celulares, computadoras, tablets, realidad virtual, etc; en ellas utilizan las páginas web, aplicaciones, material de apoyo didáctico con la ayuda de los avances tecnológicos estos canales de distribución cada día se vuelven más accesible con el paso del tiempo. De acuerdo con lo anterior, los contenidos de marketing digital de hoy en día como lo son los reels, las historias, las fotos y/o videos dentro de cada red social más participativas e interactivas en el mundo como lo son Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok, siendo hoy estas las más influyentes dentro del internet, y que cada una de estas redes cuentan con una tendencia por cada temporada dependiendo de la comunidad y las interacciones que se van llevando a cabo dentro de la red. Bien sea desde una promo en una historia hasta sorteos, cobrandings (publicidades con empresas compartidas) y muchas más, pero específicamente dentro de las academias de inglés las cuales promocionan más sus servicios dentro del Marketing B2B (Business to Business) con el principal objetivo de establecer diferentes estrategias para fomentar la promoción del servicio de una empresa hacia otra que posee unas necesidades específicas, en este caso, por medio de las tecnologías de la información para identificar aquellos objetivos planteados por la empresa que oferta el servicio y determinar si podría llegar a cumplir o no con la necesidad del consumidor.

### **Precios de las principales competencias**

En la actualidad, con el incremento de manera significativa de la globalización debido a la aparición del COVID-19 de manera corta a mediados de noviembre del 2019 y mundial a inicios del mes de marzo del 2020, se vió afectado en la gran parte de aspectos relacionados en términos médicos, sociales, económicos y muchos otros más, en este caso que está coordinado con las clases de forma remota que se implementó y debido a esto aumentó de forma rápida y fue de vital importancia en el desarrollo de la educación. Con esto se pudo ver que el mundo de la internacionalización cada vez se está convirtiendo mucho más grande, es por esto que el mundo se ha tenido que reinventar y modificar sus tradiciones para seguir en la convivencia, en el tema de aprender un nuevo idioma como el inglés no queda por decir mucho que es el idioma de los

negocios, por lo tanto hoy en día existen demasiadas academias que ofertan la enseñanza del inglés con sus propios métodos de aprendizaje utilizados a nivel internacional por las mejores escuelas y universidades que ofertan la educación en idiomas extranjeras.

Cada academia de inglés ofrece sus distintas maneras de enseñar inglés como también el monto exigido para acceder a sus clases y sus diferentes formas de pago, en este caso, en México (2019) los institutos de inglés de manera presencial llegan a tener un costo dependiendo del tipo de persona (en este caso el adulto) llega a costar \$200MXN por hora que podría ahorrarse un poco más si se consigue pagar por horas adelantadas, mientras que para los niños el precio oscila más o menos \$350MXN por hora exigiendo mínimo un trimestre por anticipado o academias que les ofrecen a los estudiantes con un excelente rendimiento del idioma cursos en el exterior con gastos pagos, comparados a los cursos de inglés virtuales que son mucho más baratos y los que no incluyen docentes son más probables de que sean gratuitos (EF, 2019).

Según las necesidades específicas para conseguir una academia que se ajusten a lo que se busca se debe tener en cuenta las academias y lo que ofrecen (2016), desde una pedagogía en general como la fijación de un precio dependiendo de la duración que pretende la persona, existen academias como British Council, Berlitz, Wall Street English, Winstom-Salem las cuales cuentan con profesores nativos con conocimientos en pruebas con estándares internacionales, con esto se relaciona que los costos oscilan entre \$800.000 a \$1.500.000 pesos colombianos mensuales, y para llegar al conocimiento de manera completa la persona se llegaría a gastar entre \$2.500.000 COP y 6.000.000 COP dependiendo de la elección de la persona. Incluyendo otras opciones dentro de las elecciones por un instituto de idiomas también se encuentran algunas más económicas y accesibles para la mayor parte de las personas que cuentan con recursos limitados, estos precios oscilan entre los \$300.000 COP y los \$500.000 COP hasta de un poco más de precio por trimestre en institutos como American School Way y el C.I con sedes en las principales ciudades de Colombia como Medellín, Bogotá, Cali, etc; que cuentan también con certificaciones internacionales (Portafolio, 2016).

### **Comportamiento de la competencia en el exterior**

Cada una de las escuelas en enseñanza de idiomas en México, en este caso de inglés, poseen diferentes formas de aprendizaje del inglés y cada una de estas son las más destacadas en este ámbito, es por esto que el análisis en estas academias que se encuentran en este territorio de manera presencial son las siguientes:

- **British Council**

Esta academia es la más conocida a nivel mundial, posee una experiencia con más de 75 años en México, puesto que es una iniciativa de impulsar el aprendizaje del idioma inglés por parte del consulado británico. Su público objetivo va desde los niños hasta adultos con títulos profesionales que buscan un valor agregado en el mercado laboral, también los preparan para las pruebas internacionales de inglés. Cursos presenciales y virtuales tienen un costo aproximado de \$3.000 Mx.

- **Harmon Hall**

Esta academia es otra de las más conocidas en todo México. Abierto para todo público que desea aprender inglés e incluso para prepararse para las pruebas internacionales del idioma como la prueba TOEFL. Cuentan con más de 55 años de experiencia y siguen el método de enseñanza de Cambridge con un precio en ambos modelos (presencial y virtual) de \$697 Mx por 6 meses.

- **Berlitz**

Cuenta con más de 8 escuelas alrededor de México para todo público. Combina el aprendizaje del inglés con el entendimiento en la culturalización del idioma. Ofrecen cursos presenciales y virtuales con un precio de \$117 Mx por mes.

- **Benjamín Franklin**

Los más de 40 años de experiencia avalan totalmente la calidad y pertinencia que posee la academia, ubicada en todo el centro capitalino de México. Ofrecen cursos para todo público y hasta clases en la época de verano, y proponiendo formaciones para la prueba TOEFL. Los precios se encuentran desde \$1.560 Mx hasta \$1.990 Mx.

- **Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras de la UNAM (CELE)**

En México se planta como uno de las academias de inglés más importantes e influyentes en México con aproximadamente 47 años de experiencia, que incluyen profesores con alto nivel educativo y formación 100% en el idioma inglés buscando el ofrecer certificaciones internacionales de alto desempeño en el proceso. Poseen cursos presenciales, semipresenciales y en línea.

Estas y otras más escuelas de alta calidad y desempeño metodológico que se encuentran ubicadas en México en el ámbito de aprendizaje de adquirir un nuevo idioma como el inglés para diversos objetivos del consumidor del servicio.

## **Capítulo II: Identificación de las características de los actores potenciales en el mercado**

### **objetivo:**

#### **Mercado objetivo**

Dentro de este análisis para identificar el mercado objetivo se tomaron en cuenta los siguientes elementos:

- Preselección de mercados
- Selección de mercados objetivos
- Justificación de mercado

Estos elementos hacen parte del estudio, pero teniendo en cuenta el objetivo general planteado por el pasante y la preferencia del gerente de la empresa comprenden que, su deseo es exportar el servicio de aprendizaje del inglés de la plataforma para las escuelas de educación básica en México.

#### **Composición y características del mercado**

##### **Participación del sector en el mercado objetivo**

En el sector educativo de la enseñanza de una segunda lengua extranjera como lo es el inglés dentro del país México se conoce una realidad no discutible dentro del panorama que se vive en este tema. De por sí existen muchas academias de enseñanza de inglés y programas gubernamentales que fomentan la práctica de este asunto aún no es uno de los fuertes dentro del territorio, aparte de pertenecer a un límite fronterizo con un país habla inglesa como lo es Estados Unidos de América. Según estudios realizados por año por la institución privada Education First (EF) llamado EF English Proficiency Index (EPI) registra que desde el año 2017 hasta el año 2022 una tendencia de 44 puestos abajo del ranking a nivel internacional (actualmente en el puesto #88 de #111 países registrados alrededor del mundo) pasando desde el nivel de competencia entre regular-bajo hasta muy bajo, llegando a ocupar el último puesto entre los países Latinoamericanos registrados en este estudio. En un primer vistazo se encontró que sin importar las ciudades que se localizan junto a la frontera con Estados Unidos también poseen un nivel bajo dentro del conocimiento y manejo del inglés de manera correcta. Las instituciones

educativas desde la educación básica tienen en cuenta el aprendizaje del inglés y los programas dictados por el gobierno mexicano como la Nueva Escuela Mexicana (NEM) conformada mediante la Secretaría de Educación Pública (SEP) la cual dicta el reglamento y la programación dentro de la educación básica en las instituciones públicas y privadas en México validando también las actividades extracurriculares.

### **Tamaño del mercado**

Dentro de las características que definen el tamaño del mercado objetivo en el cuál se pretende llevar el servicio para que de esta manera se desempeñe de una forma correcta definiendo su precio y su posible adaptación del producto (esta parte se aplica si es necesaria o no). En el mercado de las academias o instituciones prestadoras del servicio de aprendizaje en el inglés como segundo idioma en México es muy diverso y bastante amplio. Según la información suministrada por la Secretaría de Educación Pública (SEP) de México, el inglés es el idioma extranjero más estudiado en el país, esto significa que la oportunidad presentada para las instituciones educativas que ofrecen este servicio de aprendizaje, en términos de negocios, es de mucha importancia. Según datos correspondidos por la Asociación Nacional de Escuelas de Idiomas (ANEI) en México revela cifras cercanas alrededor de 10.000 escuelas y academias de idiomas, y un 80% de estas ofrecen el servicio de enseñanza de inglés. La ANEI da un valor estimado cercano a los 2 millones al año en el mercado de las academias de inglés. Este mercado se divide por dos segmentos: los mercados privados integran las principales academias ofertantes del servicio, y el mercado público se componen del servicio ofrecido por la SEP e instituciones conformadas por el sector público de nivel educativo medio y superior.

Según datos por la ANEI, en el mercado privado junto al 80% de la participación de las instituciones que ofrecen este servicio, también se encuentran diferentes ofertas del servicio de aprendizaje de todas las edades sin excepciones incluyendo también ajustándose a la finalidad según las necesidades del consumidor, como un inglés general, para negocios o para viajes y otros más.

En el mercado público se encuentra el programa “Inglés en Educación Básica” implementado en el año 2009 por la SEP, con el principal objetivo de permitir una mejora en las diferentes competencias encontradas para una correcta enseñanza del idioma inglés para la escuelas públicas en el país. Programa que actualmente está en proceso de actualización, lo que representa una gran oportunidad para las instituciones que deseen ofrecer sus servicios.

## **Segmentación del mercado**

En el marco educativo para la enseñanza del inglés, los mercados segmentados para la realización de este estudio son para las escuelas privadas de educación básica que requieren una implementación de nuevas metodologías de aprendizaje profundizadas en el estudiante incluyendo la facilitación del docente encargado de impartir sus conocimientos sobre el idioma inglés en estas instituciones. (Parra, s.f.) A continuación se observan las siguientes segmentaciones en las cuales se pueden clasificar la organización:

### **Segmentación demográfica**

Una de las principales características que identifican a una segmentación demográfica dentro de un estudio de mercado es la división del mercado en distintas variables como la nacionalidad, la edad, el sexo, los ingresos, el grado de estudio, la raza, la religión, la ocupación, y otros más particularidades que definen un sector demográficamente hablando, sirviendo de soporte para que las organizaciones logren comprender con precisión el comportamiento del consumidor, con el objetivo de construir nuevos productos, o introducir cambios en mejora en la implementación del servicio, en este caso el comprender y atender las necesidades específicas encontradas en distintos grupos de estudiantes de las escuelas.

En esta segmentación demográfica se tendrá en cuenta la información adquirida durante la presente investigación en donde se profundiza las características del mercado objetivo, dentro del contexto de las escuelas privadas específicamente en la educación básica en México, teniendo un factor diferencial en el mercado objetivo como lo es la plataforma de enseñanza del idioma con todo el contenido programático que desee la institución educativa que adquiera el servicio. Ahora bien, los principales factores para valorar el potencial del consumidor son:

- La edad: En los estudiantes de las escuelas este factor es muy importante en la segmentación demográfica, enfocados en estudiantes de educación básica (preescolar hasta secundaria). En cada nivel se encuentran características diferentes y necesidades específicas, en donde la enseñanza del idioma deberá adaptarse y enfocarse pedagógicamente de acuerdo a la edad del estudiante.
- Nivel socioeconómico: Identificar el estatus socioeconómico de las familias de los estudiantes es un factor importante para el análisis demográfico. Este elemento influye en la determinación de la voluntad en el tema de la inversión de los servicios educativos de

calidad, en ella se pueden disponer de componentes tecnológicos y demás recursos que ayuden como soporte para aprender el idioma. Segmentar de acuerdo al estatus socioeconómico nos contribuye a definir el precio relacionado con el servicio ofrecido.

- **Ubicación geográfica:** La ubicación geográfica de las escuelas privadas en México hace parte de un elemento importante dentro del estudio demográfico. En diferentes partes del país se pueden encontrar diferencias en las necesidades y requisitos temarios de los estudiantes con respecto a la enseñanza del idioma inglés. Un ejemplo de ello podría ser la mayor demanda y facilidad en el acceso a estos servicios en las zonas urbanas que en las zonas rurales.
- **Intereses y motivaciones:** Los intereses y motivaciones de los estudiantes y sus familias relacionados con el aprendizaje del idioma inglés también influye en las características de esta segmentación. Surge en la relación con los intereses del aprender el idioma, también la manera en la cual quiera hablarlo o en la preparación para los exámenes de índole internacional. Identificar y analizar estas necesidades y motivaciones encontradas en los estudiantes permite saber ofrecer el servicio de una manera personalizada y flexible que pueda satisfacer las necesidades.
- **Nivel de competencia en inglés:** Este elemento definido como dominio del inglés de los estudiantes es uno de los más fundamentales. Conocer el nivel de competencia que poseen los estudiantes (ya sean tipo A1, A2, B1, B2, C1 y/o C2) es considerable debido a que se pueden diseñar planes de estudio acordes con el programa de inglés dictaminado por las escuelas para que de esta manera se ajusten con el dominio del estudiante y de cierta forma mejorar en el proceso del aprendizaje.

Con la comprensión de las características junto a las necesidades encontradas en los distintos elementos que se definen dentro de los segmentos demográficos se obtendrá de manera positiva una experiencia única y dinámica en el aprendizaje de un segundo idioma, en este caso el inglés, ajustable a las características de cada grupo con el fin de alcanzar un impacto de manera positiva frente al rendimiento académico de los estudiantes.

### **Segmentación psicográfica**

El análisis en el comportamiento y los rasgos psicológicos son factores que influyen en la decisión de compra de cada persona que busca consumir algún producto y/o servicio de su

preferencia o nuevo, es por esto que identificar estos aspectos nos ayuda a generar un conocimiento más profundo de la demanda y lograr una valoración de su potencial como mercado objetivo en un estudio de mercado. Teniendo en cuenta lo anterior se conocen las principales características en la segmentación psicográfica:

- **Modos de aprendizaje:** En este rasgo se hace referencia a las tendencias y decisiones que cada estudiante prefiere alcanzar los conocimientos previamente establecidos. Estudiantes cuyas preferencias pueden ser desde contenidos visuales, auditivos o con un estilo de aprendizaje kinestésico. Conociendo estos elementos nos ayuda a identificar las preferencias de enseñanza que los estudiantes optan generalmente para un efectivo y eficaz aprendizaje en el idioma, en conjunto con los recursos didácticos ofrecidos como apoyo por la plataforma.
- **Actitudes hacia el aprendizaje del inglés:** Las posturas que disponen los estudiantes junto a sus familias frente al desarrollo de aprendizaje del idioma varían de forma negativa o positiva. A lo largo del proceso de apropiación de conocimientos se puede conocer las actitudes y motivaciones positivas para aprender inglés, mientras que en algunos casos especiales se pueden identificar una actitud de aprendizaje por obligación sin ningún interés en particular. Segmentar estas actitudes permite personalizar el enfoque y los contenidos a ofrecer con el objetivo de generar mayor compromiso y satisfacción en el proceso de aprendizaje.
- **Nivel de autodisciplina y autonomía:** En este nivel de segmentación los estudiantes se pueden dividir entre los más autodirigidos con la capacidad de disponer y organizar su proceso de aprendizaje, y en otros que necesitan de mucho más apoyo y acompañamiento por parte de un educador que lo pueda guiar a su desarrollo con el idioma. Poder identificar estos rasgos permite diseñar herramientas y recursos que promuevan la responsabilidad y el desarrollo de habilidades de autorregulación en los estudiantes.
- **Intereses y motivaciones individuales:** En la segmentación psicográfica se dispone de unos intereses y motivaciones establecidas por un grupo específico de estudiantes que buscan diferentes deseos en los que involucran alcanzar metas académicas específicas, como por ejemplo aprobar certificaciones internacionales acreditadas, o también intereses que van más allá del aspecto social y cultural de la persona. Gozar de la facultad de

dividir a la audiencia en base a la diferencia de los intereses posibilita proporcionar un contenido adecuado y a la vez deseable que genere un fomento en pro al crecimiento del compromiso y participación de los estudiantes.

- Percepción del valor del aprendizaje del inglés: La forma en la que los estudiantes y sus familias distinguen el valor del aprendizaje del inglés pueden ser diferente. Considerada, para algunas personas, como una herramienta de gran importancia con el objetivo de un acceso oportuno en el perfeccionamiento en las oportunidades educativas y laborales, y otras personas lo consideran solo como un requisito académico o como una simple actividad extracurricular por completar. Basarse en este valor para segmentar según la percepción, logra permitir una adaptación en la comunicación y mayores beneficios destacables de la plataforma de enseñanza del inglés de acuerdo con las necesidades y las expectativas encontradas en cada grupo de trabajo.

El análisis de estos factores determina aspectos importantes en elementos del comportamiento y las preferencias de los estudiantes y sus familias. Con el conocimiento previo de los distintos estilos de aprendizaje, aquellas actitudes durante el proceso, el nivel de autodisciplina impartido por el estudiante, el interés, junto a la percepción del valor del aprendizaje del idioma. La información suministrada anteriormente es fundamental en el estudio de mercado de una forma más efectiva y que logra definir de manera oportuna el objetivo principal de la academia de aprendizaje del inglés como lo es la empresa Express Yourself.

### **Segmentación socioeconómica**

En las características que se muestran dentro de la segmentación económica se identifican rasgos distintivos que resultan pertinentes en un estudio de mercado con un enfoque hacia una academia que ofrece enseñanza de inglés. Estos factores posibilitan la identificación de grupos específicos dentro de la población con similares características en cuanto al nivel socioeconómico, y que son considerados como clientes potenciales en el ofrecimiento de la plataforma en los institutos educativos privados de educación básica en México. A continuación se encuentran las principales características empleadas en una segmentación socioeconómica:

- Nivel socioeconómico: Este factor desempeña un papel importante, principalmente para las familias que buscan la educación ideal para sus hijos en una escuela privada. Su clasificación abarca entre estratos como lo son alto, medio y bajo, teniendo un impacto

significativo en la capacidad financiera de las familias, en lo que viene siendo la disposición de inversión para la educación de sus hijos. Las familias que poseen alto nivel socioeconómico son más probables en aumentar y facilitar su distribución del dinero para la educación de sus hijos, las familias de un nivel medio tienen un poder adquisitivo moderado en la toma de decisión para la escuela de sus hijos, y las familias de un nivel bajo se enfrentan a limitaciones económicas y van en busca de escuelas que se ajusten a su presupuesto sin dejar a un lado el nivel educativo que buscan para sus hijos. Comprender estos elementos es esencial para llegar a ofrecer el servicio a las escuelas ideales en el tema económico de las familias.

- Nivel educativo de los padres: El nivel educativo de los padres también desempeña un rol significativo en este tipo de segmentación. Las familias que posean un alto grado en el nivel educativo suelen darle una mayor relevancia en la educación de sus hijos debido a que tienen conocimientos acerca de lo que hoy en día es indispensable la educación en general, y tienden a estar más dispuestos en invertir enormemente en los servicios complementarios que contribuyan con el desarrollo cognitivo de sus hijos como lo es la enseñanza de un nuevo idioma, en este caso el inglés.
- Estilo de vida y consumo: Otro de los factores determinantes dentro de una segmentación socioeconómico en el ambiente escolar, específicamente, dirigido a los estudiantes de educación básica es el estilo de vida y los hábitos de consumo que poseen sus familias en el que pueden variar dependiendo de su función en el nivel socioeconómico. En algunas familias tienden por una preferencia en servicios innovadores y de alta calidad con la capacidad de transformar enormemente la educación de sus hijos, lo que en este se incluye en una educación en excelencia y conseguir un buen dominio del idioma inglés.
- Acceso a recursos y oportunidades: En las familias que poseen un nivel socioeconómico elevado, esto quiere decir que se caracterizan por tener una alta posibilidad de poder acceder a recursos y oportunidades complementarias dentro del aprendizaje que aportan de manera positiva a su proceso, como viajes internacionales, programas de intercambio estudiantil o una inmersión total en el idioma. Estas experiencias pueden llegar a generar la posibilidad de un aumento en la demanda del servicio que puedan alcanzar a

complementar en su conocimiento, como implementar una plataforma especializada en la enseñanza del idioma inglés

Al tener en cuenta las anteriores características dentro de una segmentación socioeconómica nos sirve de apoyo para poder identificar y analizar un mercado objetivo específico para la academia de inglés. En ella, se puede evidenciar que el enfoque a dirigir son a familias con un nivel socioeconómico dentro del medio-alto o alto, en estos casos son familias que valoran de manera significativa implementar una educación de calidad con una alta capacidad de invertir, sin ningún tipo de problema, los servicios complementarios para el proceso de la enseñanza del idioma inglés, en la cual, la plataforma entra en un papel esencial que se puede posicionar como una opción viable en temas de alta calidad que puedan facilitar un aprendizaje dinámico y suministrar herramientas para el trabajo del orientador del inglés dentro de las escuelas privadas de educación básica. Es esencial evaluar el mercado objetivo teniendo en cuenta otros elementos significativos relacionados con las principales competencias dentro del mercado objetivo, los gustos y preferencias de los consumidores junto a las tendencias del sector. En un primer análisis de manera minuciosa cumplirá con el objetivo de una realización de un estudio de mercado integral precisando al análisis e identificación del mercado objetivo para la academia de inglés.

### **Análisis de la competencia (internacional)**

En el sector de las academias de inglés que ofrecen el servicio de aprendizaje del idioma en las escuelas privadas aparecen diversificadas y dinámicas en su modo de enseñanza, en lo que también las convierten en altamente competitivas. La existencia de academias que ofrecen estos tipos de servicios son muy amplias dentro del país, y la intensificación de la demanda se origina a causa del incremento excesivo del sector educativo bilingüe en México. Con el objetivo de implementar un análisis competitivo en el mercado de las academias de inglés ejecutando el estudio de un segundo idioma extranjero en las escuelas de educación básica es beneficioso hacer alusión a datos proporcionados por instituciones que regulen la educación general en México, como la Secretaría de Educación Pública (SEP) y el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE) encargados de la supervisión y evaluación del desempeño de las escuelas públicas y privadas, junto a las diferentes academias existentes, incluyendo las del aprendizaje del inglés. Ahora bien, de acuerdo con informes y estudios realizados por las instituciones anteriormente mencionadas se conoce en un primer momento que las academias que ofrecen el

servicio de aprendizaje del inglés una diversidad muy grande, algunas con gran reconocimiento a nivel nacional y otras a nivel regional; cada una con sus técnicas de enseñanza, precios, profesores con habilidades y conocimientos diferentes, y distintas certificaciones internacionales avaladas por instituciones internacionales.

En las oportunidades de negocio para una academia colombiana con intenciones de exportar sus servicios en México es importante destacar el desafío que deberá asumir con la competencia existente en este país, aunque también se presentan oportunidades para destacar y en ellas poder lograr un factor diferenciador frente a la demás competencia

Uno de los factores diferenciadores claves para las decisiones de compra de las familias interesadas en la educación bilingüe de sus hijos es la propuesta de valor única en la oferta de la academia desde el exterior. Esto incluye elementos como los métodos de enseñanza innovadores (como el método que utilizan en Express Yourself), recursos didácticos de alta calidad como lo son los recursos que ofrece la plataforma ExpressIt, enfoques pedagógicos actualizados implementados por los profesores, docentes capacitados que aporten una experiencia única e inigualable dentro del aprendizaje. Con ayuda de estos elementos se lograría profundizar en la implementación de la plataforma en México logrando destacar y que de esta manera se atraiga padres y estudiantes interesados en una educación de calidad y efectiva.

Así mismo, Express Yourself puede aprovechar su origen extranjero y su experiencia en este mercado de alrededor 8 años en el sector de la enseñanza del inglés como lengua extranjera, suponiendo lo anterior como un valor agregado en perspectiva de los familiares del estudiante, considerando que su alta experiencia se traduce en un dominio de la problemática en el tema del aprendizaje del inglés junto con el conocimiento del mundo global. Para lograr una profundización en las oportunidades y los desafíos que conllevaría a entrar a un mercado desconocido es recomendable contratar a un profesional en el área de los análisis de mercados, esto implicaría un análisis evaluativo de la demanda junto con las preferencias de los padres y estudiantes que buscan unos servicios de aprendizaje que se ajusten a sus necesidades, como también indagar sobre la competencia que abarcan en todo el territorio mexicano con respecto a su posicionamiento en el mercado objetivo.

Fuentes gubernamentales, como la SEP y el INEE, pueden proporcionar información relevante y actualizada sobre el panorama de la educación bilingüe en México, las políticas educativas y los estándares de calidad. Además, se pueden utilizar herramientas de investigación

de mercado, encuestas y análisis de datos para obtener una comprensión más profunda de las necesidades y expectativas de los consumidores en este mercado.

### **Características de la demanda**

La demanda por los servicios de enseñanza del inglés en las escuelas de educación básica en México ha crecido durante las últimas décadas. Desde sus principios esta demanda contaba como única motivación la necesidad de los padres hacia sus hijos de mejorar la habilidad comunicativa adaptándose a un mundo en constante globalización, en donde el inglés se ha visto muy implementado durante los años utilizado en ámbitos como los negocios, tecnología, ciencia y otros campos; como también el acceso a información supremamente importante en el idioma inglés, de igual forma, ha surgido un interés más para aprender el idioma.

Inicialmente esta demanda en los servicios de aprendizaje de este sector se centró principalmente en la gramática y la lectura, dejando a un lado el enfoque conversacional y en la práctica oral. En la actualidad se produjo un cambio en esta demanda, el reconocimiento por parte de los padres y los estudiantes por centrarse y trabajar en la capacidad de comunicarse en inglés de manera efectiva y de esta manera se identifica como los servicios de enseñanza se han transformado para satisfacer a la demanda, ofertando programas que realicen enfoques en la conversación y la práctica oral.

Otra variable a tener en cuenta es la búsqueda de calidad en los servicios. Los padres son los principales actores en la inversión de sus hijos en temas educativos de alta calidad, los cuales sirven para permitir alcanzar sus objetivos de aprendizaje. Valorando este servicio de calidad siendo como principal característica ofrecer certificaciones y reconocimientos internacionales con pruebas como el TOEFL o el Cambridge English siendo los más valorados y altamentepreciado, siendo este un valor agregado añadido para crear una mayor competitividad en el mercado objetivo, debido a que las instituciones de esta índole que ofrecen servicios de alta calidad son los que mayor probabilidad de éxito tienen en cuanto a atraer clientes potenciales y retener clientes frecuentes.

Adicionalmente, un factor influenciado que dentro de la demanda también se ha visto involucrada y que durante los últimos años la sociedad ha dependido enormemente es la innovación tecnológica. En la última década, los servicios de aprendizaje en idiomas ha presentado un incremento elocuente, permitiendo así que los consumidores de este servicio lo

puedan hacer en cualquier parte del mundo con solamente un acceso a internet, posibilitando de una manera más flexible y cómoda la enseñanza del idioma inglés en los estudiantes.

Por último, otro aspecto importante que ha impactado de manera relevante a la demanda es en el aumento del bilingüismo en el sistema educativo mexicano. Los programas como el PNIEB y el PNIMES implementados por el SEM ha logrado contribuir de manera positiva en la formación del inglés en las escuelas de educación básica en México. Como resultado de esto, los padres de familia de las escuelas tanto públicas como privadas se han interesado mucho más en buscar servicios de enseñanza de alta calidad con todos los suficientes requerimientos, impulsando de cierta manera al crecimiento de este mercado.

*Para profundizar de una manera más detallada y específica del mercado mexicano en el tema del estudio del inglés en los colegios privados de educación básica de México, se conoce de un artículo de investigación sobre la enseñanza del inglés en algunas primarias públicas de varios estados de México, con el fin de identificar la magnitud de la problemática surgida entre los estudiantes, profesores de inglés junto con directores de las escuelas, padres de familia y funcionarios públicos que hacen parte de los diferentes programas de educación en una segunda lengua extranjera.*

### **Localización del consumidor**

La localización del consumidor potencial en México para la implementación del servicio de aprendizaje del inglés desde Colombia se enfoca en los estudiantes de las escuelas de educación básica en el país. México es un país con una alta demanda de aprendizaje del idioma inglés, principalmente en el sector educativo. La Secretaría de Educación Pública de México (SEP) ha destacado la importancia de aprender inglés como una herramienta clave para la comunicación en el ámbito empresarial y laboral. Además, según el informe de la SEP, aún existe una brecha importante entre la demanda y la oferta de servicios de calidad que satisfagan las necesidades del mercado.

Por lo tanto, la implementación del servicio de aprendizaje de inglés en Colombia por parte de la empresa Express Yourself con el uso de la plataforma ExpressIt logrará centrarse en las necesidades del mercado mexicano y brindará soluciones efectivas a las brechas identificadas en la educación del inglés con el desarrollo de sus metodologías de estudio. Los estudiantes de las escuelas de educación básica en México son el público objetivo, ya que representan una gran parte de la población que necesita mejorar su conocimiento del idioma. Además, al enfocarse en

este grupo demográfico, se puede garantizar la continuidad y el éxito de la empresa a largo plazo, debido a que estos estudiantes se convertirán en futuros profesionales y empresarios con bases básicas y fundamentales en las habilidades comunicativas dentro del idioma inglés en el lugar de trabajo.

Otra razón por la cual los estudiantes de primaria son consumidores potenciales adecuados es que el sistema educativo mexicano está implementando cada vez más el aprendizaje del idioma inglés. El gobierno mexicano ha implementado políticas y programas para mejorar tanto la fomentación de la enseñanza del idioma como también la mejora del aprendizaje en las escuelas públicas y privadas, lo que indica que existe un mercado creciente para los servicios de aprendizaje del inglés en México. Además, el enfoque en los estudiantes de educación primaria puede llegar a tener una audiencia más amplia y diversa, aumentando la potencia de expansión y el éxito del servicio de aprendizaje del inglés desde Colombia.

*Los estudiantes de escuelas de educación básica en México son un público objetivo adecuado para la implementación de servicios de aprendizaje de inglés desde Colombia, debido a que se representan dos variables importantes: la mayor parte de la población mexicana cuentan con necesidades en la mejora del conocimiento del idioma y la necesidad de mejora en el mercado destinado al estudio del inglés con una implementación de una plataforma que incluya una metodología diferente a la que se utiliza en México destinado a mejorar el aprendizaje del inglés en el sistema educativo que se encuentra en constante crecimiento.*

### **Elementos que inciden en la decisión de compra**

Los factores que llegar a afectar la decisión de compra en los posibles clientes potenciales pueden afectar enormemente la distribución y comercialización del servicio y/o producto, es por esto que existen diversos elementos que alcanzan a influir en la decisión de compra del consumidor:

El primer factor que puede influir en la decisión es la calidad del servicio ofrecido por la academia. Para nada es un secreto que los consumidores buscan una academia que cumplan con sus expectativas planteadas en un principio, como que ofrezca un servicio de calidad, con profesores capacitados (y si son nativos mucho mejor) y que posean metodologías de enseñanza innovadores y prácticas que les puedan permitir alcanzar sus objetivos de aprendizaje. La infraestructura y tecnología implementada en la empresa está directamente relacionada con la

calidad del servicio ofrecido, como también la disponibilidad de los recursos y materiales de apoyo suministrados a los estudiantes.

En el segundo factor importante a considerar, y no menos importante, es el precio del servicio. Los posibles clientes potenciales buscan diferentes opciones que puedan ajustarse a su presupuesto y que, por medio de esto, se pueda obtener un valor por su dinero. Es esencial que la academia ofrezca diferentes métodos de pago, planes de financiamiento, promociones por referidos, y otras maneras más que se adapten a las necesidades de cada cliente.

La reputación y credibilidad de la academia es el tercer factor decisivo en la determinación del cliente en adquirir sus servicios. Existen distintas formas, en redes, las cuales el consumidor puede indagar acerca de las opiniones de los demás usuarios que han tenido experiencias dentro de la academia, también de forma física como la opinión de otros estudiantes o referencias de amigos y familiares para que de esta manera se tenga en cuenta una idea de otra perspectiva sobre la calidad del servicio ofrecido por la academia y la realidad de su capacidad para cumplir con las expectativas del cliente.

El cuarto factor decisivo es la disponibilidad y flexibilidad de horarios y también la ubicación de la academia. Ofrecer diferentes alternativas en función a la disponibilidad de horarios, servicios adicionales como tutorías en línea, talleres especializados, junto a asesorías personalizadas pueden ser del interés del consumidor que buscan una experiencia completa y personalizada en su aprendizaje.

Existen distintas formas de decisión en la compra de un servicio de aprendizaje en una academia de inglés, factores claves que influyen en esta decisión por parte del consumidor final, es por esto que es indispensable conocer los componentes que pueden afectar y así poder cumplir con las necesidades y expectativas del cliente proporcionando una experiencia satisfactoria y única.

### **Oportunidades del mercado**

La importancia de destacar las oportunidades encontradas en el mercado de las academias de aprendizaje del inglés nos da a entender las posibilidades de poder entrar a este mercado objetivo buscando los menores problemas posibles, pero con solo conocer que en México, según un estudio desarrollado por la Asociación Nacional de Escuelas Particulares (ANEP) el conocimiento de este idioma no solo se ha vuelto en un requisito para encontrar un buen puesto de trabajo sino que también una necesidad prioritaria para cualquier situación presentada en el

actual mundo de la globalización, revelando que sólo un 20% del total de los estudiantes de escuelas privadas logran tener un buen nivel del dominio del inglés al terminar su formación de educación básica, esta es una buena oportunidad para las academias porque los padres de familia de los estudiantes siempre buscan que sus hijos tengan una buena educación incluyendo un buen dominio del inglés, este estudio dirigido por la misma asociación revela que el mercado de las escuelas privadas en México se identificó un aumento cercano del 2% en el total de los estudiantes inscritos durante el período 2019-2020.

Otra oportunidad existente para las academias es el programa de bilingüismo creado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) con el objetivo de permitir que los estudiantes puedan adquirir un nivel de inglés avanzado cuando terminen la etapa de educación básica, de esta manera creando una alta demanda en la oferta de los servicios por parte de las academias logrando así oportunidades potenciales en este mercado objetivo. Además de este, en México se han desarrollado varios programas y proyectos destinados a promover el aprendizaje del idioma inglés entre sus habitantes, como el Programa Nacional de Inglés en Educación Básica (PNIEB) y el Programa Nacional de Inglés en Educación Media Superior (PNIMES). Con la ayuda de estos programas se han generado una mayor conciencia sobre la importancia del aprendizaje del inglés en México y como beneficio adicional se logró establecer una inversión en la enseñanza del idioma.

### **Tendencias**

En la actualidad existen tendencias en las que el propio mercado se encuentra con unos gustos y preferencias específicas en relación con el servicio de enseñanza del idioma inglés en las escuelas tanto públicas como privadas de educación básica en México, estas son:

- Crecimiento en la demanda del inglés: En general, se ha evidenciado un incremento exponencial en el aprendizaje del inglés, siendo cada vez más importante en México y reconocida en todo el mundo como una habilidad decisiva en pro de búsqueda de nuevas oportunidades educativas y en el mercado laboral, debido a que factores como la internacionalización y lo que actualmente se conoce como “Globalización” se genere una mayor demanda de estos servicios en las escuelas de México, más aquellas que buscan ofrecer una educación de calidad e integrando a todos los niños y niñas de las escuelas públicas y privadas.

- Integración de la tecnología en el aprendizaje: La tendencia que más favorabilidad supone dentro del campo de la educación, específicamente de la enseñanza del inglés, es la tecnología. La adopción de una plataforma digital que contenga material didáctico e interactivo, videos demostrativos, textos y gramática bilingüe, relacionamientos con docentes nativos de manera remota y muchos otros elementos educativos que la tecnología nos suministra. Las ventajas significativas de la integración de la tecnología en el aprendizaje son: acceso a recursos y materiales didácticos completos, aprendizaje personalizado adaptado a cada estudiante dependiendo de su dominio del idioma, retroalimentación instantánea que permita reforzar de manera rápida y efectiva el conocimiento de los estudiantes, facilitación de la comunicación entre docente y estudiante, flexibilidad en el tiempo y el lugar eliminando las barreras que imposibilitan el acceso a la práctica del idioma, y la tecnología en el aprendizaje permite una constante actualización en los contenidos y materiales para evitar una enseñanza poco dinámica e irrelevante.
- Enfoque en la comunicación oral: Las características más importantes que se emplean en el aprendizaje del inglés desde un enfoque en la comunicación oral se describen en: desarrollo de las habilidades de comunicación efectiva centrándose en la práctica y mejora continua en las habilidades de expresión y comprensión oral de idioma, una mejora en la pronunciación y entonación de vital importancia para la comunicación con personas nativas, fomentar la confianza y fluidez del idioma al expresarlo de forma oral de una manera segura y abierto a corregir algún error gramatical, una mejora en la contextualización del aprendizaje siguiendo los patrones de la vida real y situaciones auténticas promoviendo el poder de interacción, la promoción en el desarrollo de las habilidades sociales y culturales provenientes de experiencias con hablantes nativos y no nativos del inglés, y preparar a los estudiantes para vivir situaciones cotidianas de la vida real específicamente a situaciones como entrevistas de trabajo, viajes, reuniones, presentaciones, etc.
- Aprendizaje personalizado: Un enfoque a la atención personalizada junto con las necesidades específicas determinadas por cada estudiante de las diferentes escuelas se han convertido de mayor relevancia dentro de la enseñanza del idioma. Las plataformas de

enseñanza que poseen la posibilidad de adaptar contenidos y actividades correspondiente a las necesidades desde el nivel de habilidad hasta el ritmo del estudiante supone una ventaja significativa para el aprendizaje personalizado y efectivo en la práctica del mismo, con esto generar una reacción positiva a una mayor autonomía y autorregulación por parte del estudiante.

- **Evaluación y seguimiento del progreso:** Las escuelas privadas valoran significativamente la capacidad de evaluar y realizar una evaluación general y específico en el progreso de sus estudiantes durante el aprendizaje del inglés. Las plataformas que utilizan las escuelas cuentan con ciertas características que se utilizan como medición para efectuar un correcto seguimiento en el proceso del estudiante, estas son: medición del rendimiento del estudiante mediante pruebas sistemáticas que permiten al profesor medir el proceso del aprendiz teniendo una visión clara de las fortalezas y debilidades que posee el estudiante, los métodos de retroalimentación que posee la plataforma que van de la mano con la práctica del docente y con sus estrategias de enseñanza, monitoreo del progreso individual y grupal de sus estudiantes dentro del aula de clase con el objetivo de identificar aquellos desafíos detectados en cada uno y tomar medidas en pro al aprendizaje, ajustar la instrucción a los profesores teniendo en cuenta los diferentes aspectos y necesidades específicas que posee cada estudiante permitiendo al docente conocimiento de ellos y personalizar la planificación de su enseñanza, dentro de la evaluación y seguimiento del estudiante también se incluye una ayuda a identificar áreas de mejora en la práctica del idioma al docente logrando reflexionar acerca de sus métodos y prácticas de enseñanza buscando optimizarlas, así mismo se puede encontrar una comunicación efectiva entre el docente con los estudiantes y sus padres debido a que durante el proceso se comparte la información clara y concreta sobre el rendimientos de los estudiantes destacando sus puntos positivos y brindando apoyo en sus falencias ayudando a que haya una relación de colaboración del docente con los padres de familia de sus estudiantes.
- **Apoyo al profesor:** Las plataformas de enseñanza del inglés no solo benefician a los estudiantes, sino también a los profesores. Aquellas plataformas suministran acceso a recursos y materiales educativos de una amplia variedad de recursos relacionados con el aprendizaje del inglés enriqueciendo lecciones siendo más atractivas y dinamizando el

proceso del estudiante, así mismo sirve de apoyo al docente en cuanto a su plan de estudios con relación a los contenidos y actividades que facilita la plataforma, también proporciona al docente un ahorro de su tiempo agilizando las tareas administrativas junto con la planificación de sus lecciones, correcciones de ejercicios y produce un informe personalizado del progreso del estudiante. Y por último la aplicación de la plataforma de enseñanza del inglés aporta de manera indirecta una integración de las habilidades tecnológicas para el estudiante brindando la oportunidad de desarrollar el aprendizaje en el uso de las herramientas digitales, la navegación por internet y la implementación de programas relacionados con la enseñanza del inglés, y generando de manera directamente proporcional una ventaja en el desarrollo académico y personal en el estudiante.

### **Capítulo III: Estrategias para la viabilidad en la implementación de la plataforma**

#### **ExpressIt con el mercado objetivo:**

##### **Análisis FODA**

Esta herramienta es comúnmente utilizada para formular estrategias de acuerdo a la evaluación de factores como las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro de una organización. Realizar un análisis FODA para una empresa permite identificar y analizar factores internos y externos que afectan el desempeño o contribuyen con el éxito en el mercado y la organización (Canadian College Community, s.f.).



Figura 4. Implementación del Análisis FODA basado por Canadian College

En el contexto de las academias de enseñanza de inglés los términos implementados en cada factor del análisis FODA se observan y caracterizan de la siguiente manera:

### Fortalezas

En las fortalezas internas en un análisis FODA dentro del contexto de las academias enfocadas en el aprendizaje del idioma inglés con el objetivo de impulsar su distribución en el mercado meta se tienen en cuenta las siguientes características:

- **Calidad educativa:** Un enfoque dirigido hacia una mejora en la oferta de alta calidad en el aprendizaje apoyados de materiales educativos de primera en conjunto con docentes calificados y la experiencia del profesor y de la academia en general, buscando sobresalir dentro del mercado con el objetivo de atraer aquellas escuelas privadas que desean una educación bilingüe con excelencia.
- **Metodología moderna:** El desarrollo de una metodología innovadora buscando aumentar la efectividad en el estudio del idioma en una academia de inglés es un valor agregado muy significativo. Las escuelas buscan constantemente una enseñanza más llamativa y eficaz para sus estudiantes, como un enfoque en los recursos didácticos, implementación

de tecnología pedagógica con un planteamiento estratégico basado totalmente en la interacción cumpliendo con las necesidades de cada estudiante.

- Experiencia y conocimiento de la cultura mexicana: Un personal capacitado en la cultura mexicana y la enseñanza del inglés a los estudiantes mexicanos significa de manera positiva una ventaja acerca de la adaptación de los contenidos educativos planteados por el plan de estudios de cada escuela privada de México permitiendo de esta forma un conocimiento más claro en las necesidades específicas de los estudiantes de este país.
- Adaptación a nuevos mercados: Una academia que ofrece la enseñanza del inglés de forma personalizada deberá buscar cómo adaptarse a un nuevo entorno de índole académico basado en las necesidades de las instituciones educativas, a los estudiantes incluidos sus familias marcando diferencia de la demás competencia que participan en un mismo mercado.
- Alianzas estratégicas: Las alianzas institucionales educativas o autoridades locales relacionadas con la pedagogía en México, como asociaciones con escuelas privadas mexicanas u organizaciones en el ámbito educativo, se consideran de forma decisiva debido a que brindan contactos y oportunidades de negocios importantes para el desarrollo y experiencia internacional de la empresa, al igual que generar confianza en los clientes potenciales.

### **Oportunidades**

En las oportunidades externas identificadas de forma general para lograr un factor beneficioso en el éxito de una posible expansión internacional, es por esto que dentro del estudio se encontraron los siguientes elementos:

- Demanda creciente en la educación bilingüe: Específicamente en México, la creciente demanda de la educación bilingüe va en constante aumento debido a la presencia continua de la globalización, siendo este uno de los elementos que más ha impactado positivamente en el crecimiento de una persona en etapa de desarrollo cognitivo dentro de las escuelas. Esta demanda supone una oportunidad para la empresa debido a que existe la necesidad de los estudiantes de las escuelas privadas de México de desarrollar y aplicar habilidades sólidas en el idioma y la necesidad de una educación bilingüe de calidad.

- Políticas gubernamentales que promueven la educación bilingüe: La promoción en la implementación de la educación bilingüe del gobierno mexicano provoca una ventaja significativa en la penetración al mercado del aprendizaje del idioma inglés en la educación básica de las escuelas privadas. Para que esto se cumpla se necesita que la academia adapte y ejecute las políticas y requisitos establecidos por el gobierno de México bajo los programas que promueven la educación bilingüe en los estudiantes y programas que financian ese tipo de adoctrinamiento, permitiendo que la empresa consiga un crecimiento y expansión en el mercado objetivo.
- Avance tecnológico y accesibilidad del Internet: El fomento y la implementación por parte del gobierno de México con relación de las nuevas tecnologías para el desarrollo de la educación entre sus habitantes beneficia de manera directa a las funciones de la empresa de enseñanza del idioma con el uso de la plataforma educativa, brindando recursos interactivos enriquecedores en línea de forma accesible para los estudiantes de las escuelas privadas.
- Alianzas estratégicas con otras escuelas y organizaciones educativas en México: Formar una coalición entre los actores que participan en la educación básica de las escuelas privadas en México como lo son las organizaciones educativas y entidades con mayor relevancia entre la pedagogía del idioma inglés generan oportunidades para la academia. Estas alianzas pueden generar posibles colaboraciones en proyectos educativos, programas de intercambio estudiantil y actividades extracurriculares, con lo anterior supone generar para la empresa un mayor reconocimiento y visibilidad en el mercado objetivo.
- Diversificación de sus servicios: Una de las oportunidades encontradas relacionadas con la oferta del servicio de aprendizaje del idioma inglés es la diversificación no solo con la enseñanza a los estudiantes de estas escuelas, sino que también se incluyan a docentes que desean capacitarse y lograr obtener certificaciones internacionales para seguir ofreciendo sus servicios como docentes de inglés, generar ofertas a programas de inmersión cultural en pro al desarrollo de las relaciones interpersonales en conjunto con las cognitivas para el progreso del

estudiante y el docente en formación proporcionando la oportunidad de familiarizarse con el ambiente del idioma de origen, o también brindando servicios de consultoría educativa relacionadas con la adopción e implementación de programas bilingües.

### **Debilidades**

Las debilidades y los desafíos que deberán afrontar la academia en búsqueda de exportar sus servicios de aprendizaje del inglés es de vital importancia poder identificarlos, debido a que supondrían un obstáculo en su posible expansión y el poder encontrar el éxito en el nuevo mercado al que se quiere acceder, las debilidades que deberá afrontar la empresa son las siguientes:

- Limitaciones de recursos: El factor de las limitaciones en cuanto a los recursos (ya sean tangibles o intangibles) supone una debilidad muy común en las MyPymes y medianas empresas para llevar a cabo una expansión exitosa. Enfrentar a desafíos cumpliendo ciertos lineamientos como financiar una infraestructura necesaria, la adquisición de una tecnología avanzada y la contratación de manera completa a un personal capacitado van a ser elementos diferenciales al momento de iniciar una expansión hacia México.
- Barreras culturales y lingüísticas: Los elementos diferenciales de la cultura y la lingüística entre Colombia y México pueden suponer una barrera para la academia, aunque casi no existen barreras lingüísticas entre ambos países debido a que sus idiomas oficiales son el español en ciertas zonas de México también se hablan idiomas nativos y ambiguos como lo es el náhuatl, el maya y el mixteco. Adaptando a la academia desde su enfoque pedagógico junto a su contenido educativo de su plan de estudios generarán una satisfacción a las necesidades específicas que el mercado mexicano demande, para que de esta forma se puedan superar las barreras culturales y educativas.
- Competencia local: En el mercado de México se puede encontrar altamente saturado de academias de enseñanza en el inglés y proveedores de este servicio ya establecidos, es por esto que la academia de inglés deberá estar preparada para desarrollar estrategias de diferenciación y distintas promociones para lograr

ofrecer una pedagogía y estudio del idioma diferente e innovadora y competir con las demás instituciones que ofrecen el mismo servicio.

- Cumplimiento normativo y regulatorio: Al lograr una expansión de la academia hacia un nuevo país es importante tener en cuenta cumplir, de manera obligatoria, todos los requisitos legales y regulatorios establecidos en el mercado objetivo, en este caso en México, en el tema de la educación, el cumplimiento de pago de impuestos y establecimiento del negocio. Para todo esto requiere un estudio aparte sobre la legislación y adaptación adecuada del servicio ofrecido a los marcos normativos locales de México.
- Ajustarse al currículo y a los programas educativos en México: La academia que ofrece estos servicios en Colombia deberá tener un previo conocimiento y adaptación al currículo y a los programas educativos vigentes que son previamente ajustados y que se manejan en las escuelas privadas de educación básica, específicamente en los estudios de los estudios bilingües en México, esto implicaría acoplarse a los estándares junto a los requisitos específicos que demanda el sistema educativo mexicano buscando garantizar una educación integral de manera exitosa de sus estudiantes.

### **Amenazas**

Los elementos que conforman las amenazas dentro de un mercado como lo es la enseñanza del inglés en escuelas de México suponen factores de un alto potencial en causar problemas durante el proceso de adaptación y consolidación dentro de ese mercado en específico, algunas de estas amenazas a las que se podrá enfrentar la empresa son las siguientes:

- Competencia local: Darse a conocer en este mercado tan inestable debido a la alta competitividad presentada en este ambiente con academias nacionales que poseen experiencia internacional en países europeos en conjunto a países de tercer mundo que implementan por mucho tiempo esa tipología de estudio aplicadas por estas empresas. La academia deberá estar preparada para cualquier tipo de cambiante que se presente durante un tiempo determinado con la competencia y generar un valor agregado para atraer estudiantes y establecer clientes fijos.

- Preferencias en el mercado: Al paso del tiempo las demandas de los estudiantes en conjunto con las preferencias de sus familias pueden estar en un constante cambio a medida que pasa el tiempo, es por esto que la academia deberá de estar informada en todo momento de las tendencias y los cambios dentro del mercado mexicano presentados durante una temporada como por ejemplo la transformación en el tipo de enseñanza implementado en el aprendizaje del idioma, los constantes desarrollos tecnológicos y otros factores que influyen dentro de esta demanda.
- Condiciones políticas y económicas: Realizar un seguimiento a las condiciones políticas y económicas de un mercado es fundamental debido a que llegan a afectar enormemente la inversión en la educación relacionada con la capacidad económica de la familia, que puede aumentar o disminuir dependiendo de las políticas monetarias planteadas por el gobierno mexicano que pueden ser positiva o negativa para el bolsillo de las familias e influyen en su capacidad de inversión en la educación de sus hijos.

De esta forma se grafica un análisis FODA de acuerdo con la anterior información en conjunto con la aplicación de la figura se tiene el siguiente resultado:

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS
<b>Factores positivos de la organización</b> (Recursos o capacidades especiales diferenciadoras de la competencia)	Calidad educativa
	Metodología moderna
	Experiencia y conocimiento en la cultura mexicana
	Adaptación a nuevos mercados
	Alianzas estratégicas

OPORTUNIDADES	FACTORES EXTERNOS
Demanda creciente en la educación bilingüe	<b>Factores positivos de la organización</b> que resultan favorables y al momento de ser

Políticas gubernamentales que promueven la educación bilingüe en México	identificados pueden ser aprovechados (Exploración de nuevos mercados o la posibilidad de exportar)
Avances tecnológicos y accesibilidad del internet	
Alianzas estratégicas con otras escuelas y organizaciones educativas en México	
Diversificación de los servicios	
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>Factores negativos de la organización</b> (Faltante de recursos, habilidades no desarrolladas, falta de planeación, etc.)	Limitaciones de los recursos
	Barreras culturales y lingüísticas
	Competencia local
	Cumplimiento normativo y regulatorio
	Ajustarse al currículo y a los programas educativos en México
<b>AMENAZAS</b>	<b>FACTORES EXTERNOS</b>
Competencia local	<b>Situaciones generadas por el entorno que ponen en riesgo a la organización</b> (Ingreso de nuevos competidores al mercado, cambios en la oferta y la demanda)
Preferencias y tendencias en el mercado	
Condiciones políticas y económicas de México	
Condiciones políticas y económicas de México	

Tabla 2. Análisis DOFA general de la empresa E.Y

### Situación competitiva de la empresa

#### Competencia a nivel local y nacional

##### I. Competencia a nivel local

Jamestown English Center	Av. 0 #3-48, Barrio Lleras Restrepo, Cúcuta, Norte de Santander
Programas de Inglés OEP	Cl. 1 # 7E-156, Quinta Oriental

	Cúcuta, Norte de Santander
Academia Inglés Para Todos	Cl. 8 A Norte #6E -51, Barrio Sayago Cúcuta, Norte de Santander
Active English Institute	Cl. 21 #0B-25, Barrio Blanco Cúcuta, Norte de Santander
New Jersey Institute	Av. 3 Este #5-11 Barrio Popular, Cúcuta, Norte de Santander
Instituto CCI Inglés	Cl. 15 #2E-113B Barrio Caobos, Cúcuta, Norte de Santander
ATEL Academia de Inglés	Av 0B #20-32 Barrio Blanco, Cúcuta, Norte de Santander
USE el inglés	Cl. 18 #2E -26, Barrio Caobos, Cúcuta, Norte de Santander
British English Institute	Cl. 7AN #12E-18, Barrio Los Acacios, Cúcuta, Norte de Santander
International School English	Av. 0B #21-99 Barrio Blanco, Cúcuta, Norte de Santander

## II. Competencia a nivel nacional

Academia de idiomas SMART - Multiplaza	Bogotá D.C, Cundinamarca	<a href="https://smart.edu.co/nosotros/">https://smart.edu.co/nosotros/</a>
Grasshopper	Medellín,	<a href="https://grasshopperstudy.com/contactanos/">https://grasshopperstudy.com/contactanos/</a>
American School Way	Armenia, Quindío; Pereira, Risaralda; Soacha, Cundinamarca; Bosa, Bogotá D.C	<a href="https://americanschoolway.edu.co/">https://americanschoolway.edu.co/</a>

Alianza Colombo Inglesa	Bogotá D.C, Cundinamarca	<a href="https://alianzacolomboinglesa.com/">https://alianzacolomboinglesa.com/</a>
Fast English International	Cali, Valle del Cauca	<a href="https://www.fastenglish.edu.co/">https://www.fastenglish.edu.co/</a>
Escuela de Inglés OPTRA	Bogotá D.C, Cundinamarca	<a href="https://opra.us/escuela-de-ingles/">https://opra.us/escuela-de-ingles/</a>
Centro Europeo de Idiomas	Bogotá D.C Cundinamarca	<a href="https://europeodeidiomas.edu.co/">https://europeodeidiomas.edu.co/</a>
Centro de Idiomas UNIVERSAL	Bogotá D.C Cundinamarca	<a href="https://www.universal.edu.co/">https://www.universal.edu.co/</a>
The Lincoln English Center	Bogotá D.C Cundinamarca	<a href="https://lincolnenglishcenter.com/">https://lincolnenglishcenter.com/</a>
Centro de Idiomas Blendex	Medellín, Antioquia	<a href="https://idiomasblendex.com/">https://idiomasblendex.com/</a>
Idiomas EAFIT	Medellín, Antioquia	<a href="https://www.eafit.edu.co/idiomas/Paginas/inicio.aspx">https://www.eafit.edu.co/idiomas/Paginas/ inicio.aspx</a>

### **Análisis sectorial**

Realizar un análisis sectorial (teniendo en cuenta los factores utilizados en las cinco Fuerzas de Porter) a nivel local, departamental y nacional dentro de una investigación de mercados nos ayudará a apuntar el plan y tener plena conciencia del contexto en el que uno se desenvuelve. Estos factores son:

- Poder de negociación de los clientes
- Poder de negociación de los proveedores
- Posibles productos sustitutos
- Amenaza de nuevos competidores
- Rivalidad entre los competidores existentes

## **Análisis local, departamental y nacional mediante las cinco fuerzas de Porter:**

### **Fuerza #1: Poder de negociación de los clientes:**

Dentro de las características que poseen los actuales consumidores del producto en la empresa se encuentra el conocer el poder de negociación que gozan los clientes que adquieren el servicio, en ellos se pueden responder a las siguientes variables:

- A. **Volumen de compra que efectúan los clientes por mes:** La intensidad de compra efectuada por medio de los consumidores habituales dentro de una empresa representan una parte importante con relación a los ingresos de la organización y todo lo que conlleva a contribuir con de manera positiva a la realización de sus actividades, y a medida de que la empresa pierda clientes su costo de adquirir un nuevo será mucho más, es por esto que alinear y mantener los clientes habituales se evitan costos extras para lograr atraerlos de nuevo. Los consumidores no solo priorizan factores como los costos del producto y/o servicio, sino otros factores como la calidad, experiencias de los clientes, flexibilidad horaria, diferentes modos y medios de pago, atención al cliente personalizado, y otros más que influyen en el volumen de compra de los clientes de manera mensual. Un cliente que se pierde es un cliente que la empresa no logró retener de manera satisfactoria y estos van en búsqueda de un servicio sustituto que logre cumplir con sus expectativas, la pérdida de una pequeña parte de la base de clientes es normal hasta cierto punto, cuando esta base se acerca entre los 5% y 7% o si existe una tasa alta en la pérdida de clientes base se debe evaluar de manera exhaustiva la satisfacción de sus actuales clientes e identificar los problemas y adecuar las posibles soluciones.
- B. **Opciones de servicios sustitutos que disponen los clientes:** A nivel local en Cúcuta y departamental en Norte de Santander cuentan con diferentes academias de inglés, la más conocida en este territorio es el instituto Inglés Para Todos (IPT) y cuenta con dos sedes físicas ubicadas en: Calle 8 #6E-31 Barrio La Riviera y Calle 7ª 11E-15 Barrio Colsag con horarios de Lunes a Viernes de 8am – 12pm y 2pm - 7pm y los días Sábados de 7am – 5pm que cuenta con más de 5 años de experiencia en la educación del inglés como un segundo idioma, y el instituto Jamestown English Center con única sede principal ubicada en Av. 0 #3-48 Barrio Lleras Restrepo de Lunes a Sábado de 7:30am – 8:30pm que cuenta con más de 20 años de experiencia. A nivel nacional, algunas de las academias de inglés que más relevancia tienen en Colombia son: British Council (más de 80 años de

experiencia), Berlitz (más de 100 años de experiencia), el Centro Colombo Americano (más de 60 años de experiencia) y American School Way (más de 25 años de experiencia), estos centros de enseñanza de inglés se encuentran ubicados entre las ciudades como Ibagué, Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Cartagena, Cali, Barranquilla, y otras ciudades importantes de Colombia.

- C. Posibilidades de negociar precios con clientes y proveedores:** De acuerdo a las alianzas empresariales con las que cuenta Express Yourself existen unas posibles formas para negociar los precios con los clientes y los proveedores que suministran las materias primas físicas y virtuales para el correcto desempeño y desarrollo de la empresa. Dentro del contexto de las posibilidades de negociación de los precios con relación a los clientes mexicanos, las variables a considerar son: La flexibilidad de los precios relacionado con las diferentes opciones de pago, descuentos por cantidades de planes adquiridos, tarifas a grupos grandes de personas o incluir becas a estudiantes con recursos limitados; incrementar el valor agregado de calidad de los servicios con aspectos como en el aprendizaje, experiencia y aciertos de los profesores, recursos de apoyo didácticos, e incluir una atención personalizada para sus clientes; y también incorporando programas de fidelización para mejorar la retención del comprador y lograr incrementar las relaciones a largo plazo incluyendo en ello beneficios relacionados con el servicio.

**Fuerza #2: Poder de negociación de los proveedores:**

- A. Resulta fácil a los proveedores encontrar clientes?:** Los proveedores que suministran las materias primas físicas y virtuales a la empresa Express Yourself poseen clientes potenciales y aún cuentan con una facilidad de seguir encontrando, debido a que el avance tecnológico y las ventajas que este trae se ven beneficiados en todos los sentidos la empresa que lo implementan, es por esto que desde la implementación de una página web hasta la automatización de sus procesos empresariales llegan a estar comprometidos de acuerdo al desarrollo tecnológico presentados durante el siglo XXI.
- B. Están obligados a subir sus precios?:** Los proveedores se encuentran regidos por diferentes ambientes en donde entran los políticos, económicos, entorno social y otros muchos más, es por esto que durante los últimos meses se han venido presentando un aumento en la inflación y una desaceleración en la economía afectando de manera negativa al país, sumado al incremento de manera escalonada en el precio del dólar

(TRM) frente a la moneda nacional (pesos colombianos) resultando así un aumento en los precios de los productos y servicios relacionados dentro del territorio colombiano, y por otras razones más es por lo que las empresas proveedoras de servicios hacia Express Yourself se ven afectadas y obligadas a subir sus precios de venta para todos los nuevos clientes pero teniendo en cuenta a sus consumidores frecuentados.

**C. Los proveedores están más concentrados, a nivel de empresa, comparados con E.Y?:**

A nivel regional se encuentran establecidos con su registro mercantil ante la Cámara de Comercio de Cúcuta y ejercer sus obligaciones dentro de la ciudad de Cúcuta con sus transformaciones de software, desarrollos tecnológicos desde la redes 4G para que de esta manera se logre facilitar la maximización de los procesos dentro de las funciones de la empresa como también la atención al cliente y familiarización de los clientes potenciales dentro de la región nortesantandereana.

**Fuerza #3: La amenaza de los productos sustitutos:**

- A. Los servicios se encuentran de manera completa para todo el mercado o solo una parte del mismo?:** Uno de los objetivos que plantea la empresa en los servicios ofrecidos por la academia de inglés Express Yourself es buscar mitigar a los servicios sustitutos que se presentan dentro del mercado objetivo, es por esto que identificar, analizar y entender las tendencias y preferencias de consumo de los clientes potenciales del sector educativo es fundamental para la institución poder comprender las necesidades que poseen las escuelas privadas de educación básica junto a sus estudiantes en México, considerando los recursos disponibles como el enfoque de enseñanza planteado por la academia, los niveles de aprendizaje abarcados en las temáticas, las metodologías utilizadas por los profesores, la flexibilidad en los horarios o en este caso la disponibilidad 24/7 de la plataforma ExpressIt y la disponibilidad de recursos adicionales proporcionados por la plataforma, entre otros.
- B. Relación calidad/precio del servicio sustituto?:** La gran variedad de academias que ofrecen el servicio similar de Express Yourself con relación a la calidad/precio de los demás servicios van en aumento, es decir, por cada valor agregado añadido por una academia los hace obligados a incrementar sus precios, debido a la inversión que presentan por cada beneficio adicional que incluyen dentro del programa ofrecido a las

escuelas o instituciones gubernamentales que deseen crear convenio institucional en un estado de México.

**C. Qué valor agregado posee la competencia que nuestro servicio ofrecido no lo tiene?:**

De acuerdo al valor agregado que existe del servicio ofrecido en otras academias de inglés se encuentran los siguientes: Docentes de inglés nativos, clases personalizadas a cualquier hora en directo, programas de enseñanza de inglés para grupos empresariales, no solo poseen plataformas en página web sino también cuentan con una app en dispositivos móviles (Android, iOS, Windows Phone, Harmony OS, etc).

**Fuerza #4: La amenaza de los nuevos competidores:**

**A. Los competidores poseen un acceso fácil a los canales de distribución y de venta?:** De

acuerdo con las academias de inglés encontradas en la ciudad de Cúcuta realizan por medio de internet o por medio de convenios con instituciones educativas como por ejemplo Inglés Para Todos (IPT), esta academia oferta sus cursos y módulos prácticos del idioma de inglés mediante intermediarios efectuados a través de convenios regionales importantes con universidades como la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) y la Universidad de Pamplona (UP) ubicadas en el departamento de Norte de Santander, y como canales de ventas se encuentran las visitas a escuelas de la región que son realizadas por parte de la academia Express Yourself las cuales enfatizan y ejecutan un acompañamiento al estudiantado acerca de los beneficios de aprender inglés y los métodos de estudio, evaluación, calificación, y junto a los medios de pago disponibles que se llevan a cabo en la academia.

**B.Cuál es la fortaleza de su imagen de marca?:** Los valores representativos dentro de la

imagen de marca, como por ejemplo el IPT siendo una de las academias que más se asemejan a una competencia directa, tiene una imagen fuerte y reconocible en la ciudad de Cúcuta y, en general, en el departamento nortesantandereano, desde su logo y sus diseños corporativos identificables dentro de la región proporcionan un reconocimiento dentro de los particulares y la comunidad estudiantil de educación básica, media y superior. También las fortalezas presentes en la imagen se han dado a conocer mediante congresos, ponencias sobre, proyectos a nivel de la gobernación en conjunto con sus alianzas con la alcaldía de Cúcuta

C. **Tiene un fácil acceso a las materias primas?:** Hoy en día con el movimiento constante de las tecnologías de la información para la comunicación (TIC's) encuentran una facilidad a la hora de realizar tareas como la ejecución e implementación de una página web y/o una aplicación de móvil para empezar a enseñar inglés de una manera muy accesible y gratuita como Duolingo.

**Fuerza #5: La rivalidad entre los competidores existentes:**

- A. **Bajada de precios por parte de la competencia:** Dentro de la competencia se encuentra la disputa entre precios, es por este factor y otros más son los tenidos en cuenta para la promoción de su servicio con el fin de llegar a más clientes potencialmente vistosos. Por lo tanto existen diferentes formas de lograr no solo una simple bajada en sus precios sino también añadiendo ofertas y promociones por temporada escolar, 2x1's, descuentos por estudiante de X universidad y/o colegio que posea convenio directo con la empresa, descuento de estudiante nuevo con referencia de estudiante activo en la academia y otras muchas más maneras de llegar a ajustar lo más posible que se pueda cumplir con la necesidad del cliente.
- B. **Estrategias de marketing y campañas publicitarias realizadas:** En la empresa Express Yourself existen diferentes formas las cuales implementan en las estrategias de marketing y campañas publicitarias innovadoras y acorde a buscar sus clientes potenciales. Siendo este un mercado muy demandado y competitivo en el mundo, es por esto que dentro de las academias de enseñanza en el inglés existen muchas maneras de promocionarlas, como mejorar el posicionamiento web dentro de los canales de búsqueda de la internet, creación de contenido dentro de las distintas redes sociales más influyentes dentro de los consumidores habituales de internet, potencializar el servicio para así aumentar la satisfacción entre los usuarios, equilibrar entre la captación de nuevos clientes y la fidelización del usuario, ofrecer pruebas gratuitas de la plataforma para que los usuarios conozcan los recursos completos que pueden obtener, implementación de las ofertas y promociones entre la comunidad estudiantil y trabajadores, creadores de contenido que impulsen la marca, y muchos otros más son algunos de los métodos de formar estrategias para generar publicidad y marketing digital siendo esta última la más efectiva e implementada en el mundo.

**C. Servicios diferenciadores de la empresa con la competencia:** La intensidad de competitividad entre las empresas que funcionan dentro del mismo mercado posibilita un diverso plan de acción en crear un valor agregado que sea aprovechado por la empresa y que alcance a ser objeto diferenciador frente a la competencia y al cliente potencial. Es por esto que es importante identificar y destacar estos factores que puedan destacarse, los cuales son: Enfoques personalizados a las necesidades de aprender de cada estudiante, implementación de una tecnología avanzada que pueda mejorar y acompañar el proceso de aprendizaje del alumno, la importancia de un personal capacitado como lo son los docentes calificados y con alta experiencia en el manejo y ejecución del inglés en todas las situaciones de la vida, el servicio al cliente encargado por los y/o las asesoras que logran brindar un apoyo y un acompañamiento en el proceso asociativo con la academia, y por último una creación de alianzas estratégicas en conjunto con instituciones educativas o gubernamentales que complementen con la educación bilingüe de los estudiantes promoviendo colaboraciones con editoriales de libros que enseñen inglés, proveedores de software educativos (ya sean nacionales o del país objetivo) y también la generación de intercambios culturales.

### **Acceso al mercado**

#### **Forma de acceso más adecuada**

Encontrar la forma de acceso más adecuada que facilite la distribución y promoción del servicio de enseñanza en el idioma inglés ajustado a unos lineamientos existentes en la implementación del marketing internacional supone una ventaja positiva en la manifestación de la empresa con relación a la penetración del mercado objetivo para ofrecer sus servicios, teniendo en cuenta lo anterior, existen variables importantes al momento de acceder a un mercado:

#### **Marketing mix internacional**

El marketing mix internacional para tu academia de enseñanza de inglés con acceso al mercado mexicano se compone de los siguientes elementos:

##### Producto:

- Servicio de enseñanza de inglés impartido por profesores expertos.
- Plataforma interactiva de apoyo para el aprendizaje del idioma.
- Clases personalizadas con grupos reducidos de máximo 7 estudiantes por aula.

- Convenios institucionales y escolares para suministrar la plataforma y facilitar el aprendizaje durante el horario de clases.

#### Precio:

- Establece un precio competitivo y atractivo para el mercado mexicano, teniendo en cuenta el valor agregado de tu servicio y plataforma.
- Considera la estructura de precios por suscripción mensual o anual, así como la posibilidad de ofrecer descuentos por volumen o convenios institucionales.

#### Plaza (Distribución):

- Utiliza tu plataforma por internet como canal principal de distribución.
- Establece alianzas estratégicas con escuelas privadas de educación básica y las instituciones gubernamentales mexicanas para suministrarles la plataforma y ofrecerles el servicio de enseñanza de inglés.
- Facilita la integración de tu plataforma con los sistemas de gestión educativa utilizados por las escuelas mexicanas.

#### Promoción:

- Enfócate en el uso de las redes sociales como canal principal de promoción.
- Crea contenido relevante y atractivo que destaque los beneficios de tu servicio de enseñanza de inglés y plataforma interactiva.
- Utiliza estrategias de segmentación para dirigir tus mensajes a las escuelas privadas de educación básica y las instituciones gubernamentales interesadas en la enseñanza del inglés.
- Participa en eventos educativos y ferias escolares para dar a conocer tu academia y generar relaciones con potenciales clientes y socios.

#### Personal:

- Asegura contar con un equipo de profesores altamente capacitados en la enseñanza del inglés y en el uso de la plataforma interactiva.
- Brinda un servicio de atención al cliente eficiente y amigable, tanto para las escuelas como para los docentes y estudiantes que utilizan la plataforma.

#### Proceso:

- Diseña un proceso de inscripción y acceso a la plataforma sencillo y fácil de seguir para las escuelas y los docentes.
- Proporciona un seguimiento y soporte continuo para garantizar una experiencia óptima en el uso de la plataforma y el aprendizaje del inglés.
- Recuerda que es importante adaptar cada elemento del marketing mix al mercado objetivo y las necesidades específicas de las escuelas privadas de educación básica y las instituciones gubernamentales en México. Además, realiza un monitoreo constante del mercado y la competencia para realizar ajustes y mejoras en tu estrategia de marketing mix.

### **Modelo Canvas**

A continuación se presenta un modelo Canvas completo que se describe cada elemento que se debe implementar en una organización que planea una futura internacionalización de sus ventas para el desarrollo de un modelo de negocio que permita penetrar el mercado objetivo en México, estos elementos son:

#### **Segmentos de clientes:**

- ✓ Escuelas privadas de educación básica conformadas dentro de un estado específico en México.
- ✓ Instituciones gubernamentales que apoyan la enseñanza del idioma inglés en las escuelas mexicanas.

#### **Propuesta de valor:**

- ✓ Ofrecimiento del servicio de enseñanza del idioma inglés con docentes profesionales altamente capacitados en el aprendizaje bilingüe.
- ✓ La plataforma cuenta con un gran portafolio de recursos didácticos en línea para el correcto aprendizaje de sus estudiantes.
- ✓ Clases personalizadas online con grupos reducidos (máximo 7 estudiantes) para resolver las dudas con sus usuarios.
- ✓ La academia incluye dentro de sus servicios la facilidad de adaptar todo su contenido programático de las escuelas según la malla curricular de su plan de estudios con el objetivo de brindarles un apoyo y sencillez a los profesores a la hora de enseñar.
- ✓ Convenios institucionales y escolares para el suministro de la plataforma y fomentar la enseñanza del inglés en las escuelas u organizaciones en México.

#### **Canales de distribución:**

- ✓ Plataforma en línea accesible desde cualquier espacio que incluya una conexión estable vía internet.
- ✓ Promoción y publicidad a través de redes sociales.
- ✓ Generar cualquier tipo de comunicación con instituciones educativas y gubernamentales para darse a conocer al cliente objetivo.

#### **Relaciones con los clientes:**

- ✓ Soporte técnico para la plataforma y la implementación de un asesoramiento especial con la atención al cliente para resolver necesidades específicas de conocimientos a los estudiantes y demás administrativos escolares y brindar una asistencia personalizada en pro con los entes gubernamentales mexicanos.
- ✓ Seguimiento constante y personalizado, junto a una retroalimentación en apoyo con el progreso de los estudiantes.
- ✓ Colaboración con las escuelas y las instituciones gubernamentales para asegurar el cumplimiento de los convenios y satisfacer sus necesidades específicas.

#### **Fuentes de ingresos:**

- ✓ Pagos por año escolar en las escuelas privadas por el acceso a la plataforma y los servicios suministrados por la academia.
- ✓ Acuerdos y asociaciones con instituciones gubernamentales para obtener un financiamiento o cualquier tipo de apoyo económico (subsidios).

**Recursos clave:**

- ✓ Profesores nativos y capacitados en la enseñanza del inglés.
- ✓ Plataforma en línea y tecnología necesaria para su funcionamiento.
- ✓ Alianzas estratégicas con instituciones educativas y gubernamentales.

**Actividades clave:**

- ✓ Impartir clases de inglés personalizadas utilizando la plataforma interactiva.
- ✓ Brindar soporte técnico y atención al cliente.
- ✓ Establecer y mantener convenios con las escuelas y las instituciones gubernamentales.

**Aliados clave:**

- ✓ Directivos de las escuelas privadas de educación básica en México.
- ✓ Instituciones gubernamentales que generan programas de apoyo a la práctica de la enseñanza del inglés.
- ✓ Proveedores de tecnología y servicios relacionados con el mantenimiento y el correcto funcionamiento de la plataforma en línea.

**Estructura de costos:**

- ✓ Costos de personal, incluyendo los salarios y beneficios de los profesores encargados de impartir las clases personalizadas y el personal de soporte y acompañamiento del proceso junto con los gastos de reclutamiento, capacitación y desarrollo laboral del personal de la empresa.
- ✓ Costos de infraestructura establecidos en Colombia, incluido los servicios públicos, mantenimiento de las instalaciones físicas, y demás gastos relacionados con el buen funcionamiento de las actividades de la empresa.
- ✓ Gastos de desarrollo en nuevas metodologías de aprendizaje, mantenimiento y control mensual de los recursos ofrecidos por la plataforma en línea.
- ✓ Costos de marketing y promoción para llevar a la marca a un reconocimiento internacional.

Este modelo Canvas proporciona una visión general de los elementos clave del plan de negocio de la empresa y del cómo se relacionan entre sí para que la academia logre internacionalizarse próximamente.

### **Distribución**

El modelo de distribución tiene como objetivo principal el fácil acceso al usuario el conseguir ese producto (en este caso el servicio) a cualquier hora, en cualquier lugar y en las cantidades que desee el consumidor. Ahora bien, el siguiente modelo de distribución es una idea básica de lo que se podría implementar la empresa Express Yourself para una futura internacionalización de sus servicios, los elementos que se incluyen dentro de este modelo son:

**Alianzas estratégicas con instituciones educativas:** Establecer convenios y asociaciones con escuelas privadas de educación básica en México y las instituciones gubernamentales que apoyan la enseñanza del inglés. Esto permitirá acceder directamente al público objetivo y ofrecer el servicio de enseñanza del inglés a través de la plataforma en horario escolar.

**Promoción mediante el marketing digital:** El uso de las redes sociales brindan un apoyo con relación a un canal de promoción de la academia y su plataforma como factor principal. El desarrollo de las estrategias de marketing digital va orientadas hacia las escuelas, docentes y padres de familia, logrando destacar las ventajas y los beneficios de la enseñanza personalizada, la interactividad de la plataforma y la experiencia de los profesores capacitador.

**Formación de un equipo de ventas local:** Contar con un equipo de ventas desde su sede principal (Cúcuta) o lo ideal sería en México, preferiblemente en la zona geográfica de mayor

enfoque, que tenga conocimiento de las necesidades y tendencias encontradas en el mercado educativo mexicano y pueda establecer relaciones comerciales con las escuelas privadas y las instituciones gubernamentales. Este equipo será responsable de presentar la propuesta de valor de la academia y cerrar acuerdos comerciales con las demás instituciones.

**Capacitación y soporte técnico:** Brindar capacitación y soporte técnico a los docentes y personal de las escuelas que utilizarán la plataforma de enseñanza del inglés. Esto asegurará una correcta implementación y uso de la plataforma, así como una experiencia positiva para los usuarios.

**Logística y distribución de materiales:** Establecer un sistema eficiente de logística y distribución para los servicios complementarios como libros, materiales didácticos y recursos audiovisuales (todos de manera virtual), que puedan ser utilizados junto con la plataforma en línea. Esto garantizará un acceso completo al contenido de enseñanza y facilitará la labor de los docentes en el aula de clase.

**Monitoreo y retroalimentación:** Implementar un sistema de monitoreo y seguimiento del desempeño de los estudiantes y la satisfacción de los usuarios. Esto permitirá evaluar el impacto y la efectividad de la enseñanza del inglés, así como realizar mejoras continuas en el servicio.

Estos elementos suponen un gran desafío que con lleva a decidir teniendo en cuenta los diferentes factores que influyen en la capacidad de lograr internacionalizarse la academia con el material y los servicios que actualmente ofrecen, buscando la forma de reinversión y nuevas maneras de generar un valor agregado a estos.

### **Promoción**

Para desarrollar un modelo de promoción efectivo que permita penetrar en el mercado objetivo de México, teniendo en cuenta la información proporcionada, se pueden considerar las siguientes estrategias:

**Campañas de marketing en redes sociales:** Utilizar plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y, principalmente en Tik Tok, para darse a conocer y lograr promocionar los servicios de enseñanza de inglés de la academia. Crear contenido atractivo y relevante que resalte los beneficios de la plataforma interactiva, las clases personalizadas y el respaldo de profesores expertos. Realizar publicaciones periódicas, compartir testimonios de estudiantes satisfechos y ofrecer descuentos o promociones especiales para captar la atención del público objetivo.

**Alianzas con influencers y bloggers educativos:** Identificar los creadores de contenido y bloggers con presencia en el ámbito educativo en México y establecer alianzas para promocionar la academia y su plataforma de enseñanza de inglés. Con la ayuda de estos creadores de contenido pueden compartir reseñas, recomendaciones y contenido relacionado con el aprendizaje del idioma inglés, llegando así a una audiencia más amplia y generando confianza en la propuesta de valor de la academia.

**Participación en eventos educativos:** Identificar ferias, conferencias o eventos relacionados con la educación y la enseñanza del inglés en México. Participar como expositor en estos eventos brinda la oportunidad de interactuar directamente con el público objetivo y establecer contactos con escuelas privadas y representantes de instituciones gubernamentales. Se pueden realizar demostraciones de la plataforma, ofrecer muestras gratuitas de clases personalizadas o brindar charlas informativas sobre la importancia del aprendizaje del inglés.

**Programas de referidos y descuentos:** Implementar un programa de referidos que incentive a los usuarios satisfechos a recomendar la plataforma a otras escuelas o instituciones educativas. Ofrecer descuentos especiales o beneficios adicionales a las escuelas que se unan al programa de referidos puede generar un mayor interés y motivación para convertirse en clientes.

**Contenido educativo de valor:** Crear y compartir contenido educativo de valor que demuestre la experiencia y conocimientos de la academia en el aprendizaje del inglés. Esto puede incluir publicaciones de blog, videos tutoriales, infografías o webinars gratuitos que aborden temas relevantes para los profesores y directores de escuelas, como nuevas metodologías de enseñanza, estrategias para motivar a los estudiantes o técnicas de evaluación.

**Publicidad local y especializada:** Considerar la posibilidad de realizar anuncios publicitarios en medios locales de México, como periódicos, revistas educativas o directorios especializados en el sector educativo. Estos canales pueden llegar de manera más directa al público objetivo y generar mayor visibilidad en el mercado mexicano.

## **Costos y financiamiento**

### **Costos para la empresa internacionalizarse**

Para diseñar una estructura de costos y presupuestos para la internacionalización de una academia de inglés que desea exportar sus servicios de enseñanza mediante una plataforma hacia México, es necesario considerar varios aspectos. A continuación, se proporciona una información

completa y detallada que puede servir como base para formular preguntas a la empresa y comprender mejor el proceso de exportación del servicio:

**Costos de desarrollo de la plataforma:** Incorporar de manera detallada los gastos asociados con el diseño, desarrollo y puesta en marcha de la plataforma de enseñanza en línea puede involucrar la contratación de desarrolladores y diseñadores, adquisición de software y tecnología necesaria, pruebas y garantía de calidad para que la plataforma funcione de manera correcta en otro país.

**Costos de adaptación cultural y localización:** Considerar los gastos relacionados con la adaptación de los contenidos y materiales educativos a la cultura y el idioma mexicano, esto puede generar la contratación de expertos en localización y traducción, ajustes en el currículo y en el contenido interactivo para que sean relevantes y atractivos acordes con la forma de enseñanza en que las instituciones educativas imparten a los estudiantes mexicanos.

**Costos de marketing y promoción:** Incluir los recursos destinados a dar a conocer la academia y sus servicios en el mercado mexicano, abarcando estrategias de marketing digital, publicidad en medios locales, participación en ferias y eventos educativos, entre otros.

**Costos de capacitación y contratación de personal:** Examinar y analizar los gastos relacionados con la contratación y capacitación de profesores de inglés especializados en la enseñanza en línea y con experiencia en el mercado mexicano. También se pueden incluir los costos de capacitación del personal de soporte técnico y atención al cliente para garantizar un servicio de calidad.

**Costos de cumplimiento normativo y legal:** Incluir los gastos relacionados con el cumplimiento de las regulaciones y requisitos legales para operar en el mercado mexicano. Esto puede implicar el pago de licencias, impuestos y otros trámites legales necesarios para establecer la presencia de la academia en México.

**Costos de infraestructura tecnológica y mantenimiento:** Considerar los gastos relacionados con la infraestructura tecnológica necesaria para garantizar el funcionamiento adecuado de la plataforma en línea, como servidores, almacenamiento de datos, seguridad informática y actualizaciones de software. También se deben tener en cuenta los costos de mantenimiento continuo y mejoras tecnológicas.

Según información tomada de distintas fuentes y teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, estos podrían ser los costos que la empresa deberá llevar para que la empresa logre internacionalizarse al mercado mexicano con el servicio que quiere ofrecer:

<b>Concepto</b>	<b>Rango de Gasto Estimado (USD)</b>
Adaptación y equipamiento de la plataforma digital	\$15.000 - \$30.000
Personal	\$40.000 - \$60.000 (por año, por empleado)
Marketing y promoción	\$10.000 - \$20.000 (por año)
Logística y distribución	\$5.000 - \$10.000
Regulaciones y trámites	\$5.000 - \$15.000
Soporte técnico	\$8.000 - \$12.000 (por año)
Investigación de mercado	\$3.000 - \$8.000
Costos financieros	Depende del financiamiento y tasa de interés

Tabla 3. Costos de financiamiento para la internacionalización.

Estos montos son aproximados y pueden variar según las condiciones específicas y las decisiones estratégicas que opte la academia. Es importante realizar un análisis detallado y específico para obtener cifras más precisas y tomar decisiones informadas durante el proceso de internacionalización.

## 7. CONCLUSIONES

En un primer momento, el estudio de mercado para la exportación de servicios de enseñanza del inglés a escuelas privadas de educación básica en México a través de una plataforma ofrece valiosa información para guiar el proceso de penetración en este nuevo mercado. Al analizar los diferentes elementos del estudio, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

**Demanda y oportunidad:** Existe una demanda creciente en México por servicios de enseñanza del inglés en escuelas privadas de educación básica. Esta demanda se ve impulsada por la necesidad de formar estudiantes con habilidades en el idioma que les permitan tener mejores oportunidades académicas y laborales en el futuro.

**Competencia:** Existe competencia en el mercado mexicano de enseñanza del inglés, tanto de otras academias como de plataformas digitales. Sin embargo, la propuesta de valor diferenciada de la empresa, que combina clases personalizadas, grupos reducidos y convenios institucionales, puede ser un factor clave para destacar entre la competencia.

**Canal de promoción:** Las redes sociales son el principal canal de promoción identificado en el estudio. Estas plataformas ofrecen una amplia cobertura y permiten llegar de manera efectiva al público objetivo. La empresa debe aprovechar las redes sociales para promocionar su plataforma y generar interacción con las escuelas privadas y las instituciones gubernamentales.

**Estructura de costos:** El estudio de mercado también brinda información valiosa sobre la estructura de costos involucrada en la exportación de servicios de enseñanza del inglés. Es esencial tener en cuenta los costos de personal, tecnología, marketing, asociaciones y la infraestructura necesaria para garantizar la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio.

## 8. RECOMENDACIONES

Como profesional en comercio internacional y de acuerdo a mis conocimientos adquiridos durante estos últimos casi 6 años, incluyendo en mi etapa como practicante y mi actual etapa como pasante, adjunto las siguientes recomendaciones al momento de iniciar con el proceso de internacionalización al mercado objetivo:

La primera recomendación es que la empresa deberá capitalizar la oportunidad de analizar las necesidades encontradas en la eficiencia del idioma y enfocar sus esfuerzos en atender esta demanda específica, adaptando su plataforma y servicios a las necesidades y requerimientos del sistema educativo mexicano.

La segunda recomendación es que la organización deberá resaltar sus ventajas competitivas y comunicar claramente los beneficios que ofrece su enfoque personalizado y colaborativo en comparación con otras opciones en el mercado.

La tercera recomendación, que en mi opinión es una de las más vitales, es que la empresa debe desarrollar una estrategia de marketing digital sólida, creando contenido relevante y atractivo, interactuando con la comunidad educativa y generando alianzas estratégicas con influencers o líderes de opinión en el ámbito educativo de los diferentes estados potencialmente atractivos para el servicio.

Y como última recomendación, y en la que será un objeto diferenciador para generar mayor interés en ese mercado, sería que la empresa lleve a cabo un análisis detallado de costos y establecer estrategias para optimizarlos, como buscar proveedores locales en México, utilizar recursos tecnológicos eficientes y aprovechar sinergias con instituciones educativas locales.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia EFE. (1 de Octubre de 2021). Demanda para aprender inglés se duplicó durante la pandemia en Latinoamérica. *Los Ángeles Times*. Obtenido de <https://www.latimes.com/espanol/internacional/articulo/2021-10-01/demanda-para-aprender-ingles-se-duplico-durante-la-pandemia-en-latinoamerica#:~:text=Demanda%20para%20aprender%20ingl%C3%A9s%20se%20duplic%C3%B3%20durante%20la%20pandemia%20en%20Latinoam%C3>
- Aranda, Y. V., & Montoya, I. A. (2006). Principales enfoques conceptuales explicativos del proceso de internacionalización de las empresas. *Agronomía colombiana*, 170-181. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-99652006000100019](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-99652006000100019)
- British Council de México. (s.f de s.f de s.f). *British Council de México*. Obtenido de British Council de México sitio web: <https://www.britishcouncil.org.mx/desarrollo-de-habilidades-del-siglo-xxi#:~:text=Pensamiento%20cr%C3%ADtico%20y%20resoluci%C3%B3n%20de,Ciudadan%C3%ADa>
- Canadian College Community. (s.f.). *Canadian College*. Obtenido de <https://canadiancollege.edu.co/analisis-dofa-una-herramienta-fundamental-para-evaluar-tu-empresa/>
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2005). *Teorías de Internacionalización*. Bogotá. Obtenido de [https://www.planeducativonacional.unam.mx/CAP\\_16/Text/16\\_02a.html](https://www.planeducativonacional.unam.mx/CAP_16/Text/16_02a.html)
- EF. (5 de Diciembre de 2019). *Education First (EF)*. Obtenido de <https://www.ef.com.mx/blog/faq/cuanto-cuesta-un-curso-de-ingles/#:~:text=En%20M%C3%A9xico%2C%20el%20costo%20promedio,compromiso%20m%C3%ADnimo%20de%201%20trimestre>
- Estébanez Estébanez, C. (1992). Un modelo pedagógico en la enseñanza del inglés. *Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 173-181. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/618865.pdf>
- FMI. (Abril de 2000). *Fondo Monetario Internacional*. Obtenido de FMI Sitio Web: <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#:~:text=Se%20refiere%20a%20la%20creciente,tra%C3%A9s%20de%20las%20fronteras%20internacionales.>
- GCFGlobal. (s.f.). *GCFGlobal*. Obtenido de GCFGlobal: <https://edu.gcfglobal.org/es/cultura-tecnologica/que-son-las-aplicaciones-o-programas/1/>
- GOB. (30 de Septiembre de 2019). Gobierno de México. *Diario Oficial de la Federación*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sep/articulos/decreto-por-el-que-se-expide-la-ley-general-de-educacion-y-se-abroga-la-ley-general-de-la-infraestructura-fisica-educativa>

- Gómez Parada, É. J., & González Sarmiento, G. (2011). Proceso de Internacionalización de empresas del área metropolitana de Bucaramanga. *Revista Le Bret*, 57-81. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5983161.pdf>
- GrupoIOE. (12 de Noviembre de 2019). *Grupo IOE*. Obtenido de <https://www.grupoioe.es/entorno-economico-de-una-empresa/#:~:text=En%20cuanto%20al%20entorno%20microecon%C3%B3mico,las%20compa%C3%B1as%20suelen%20ser%20cuatro.>
- Hernández García, J., & De la Cruz Villegas, V. (2022). La enseñanza del inglés y el francés en México. Métodos y políticas públicas. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 2-3. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-78902021000800031&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78902021000800031&lang=es)
- ICONTEC. (2013). *ICONTEC*. Obtenido de [https://www.icontec.org/eval\\_conformidad/certificacion-iso-27001-sistemas-de-gestion-de-seguridad-de-la-informacion-2/](https://www.icontec.org/eval_conformidad/certificacion-iso-27001-sistemas-de-gestion-de-seguridad-de-la-informacion-2/)
- Isabel. (s.f de s.f de s.f). *Blog EF*. Obtenido de English First: <https://www.ef.com.es/blog/language/10-ventajas-de-aprender-un-idioma/>
- Languages, O. (s.f.). *Oxford University Press*. Obtenido de OxfordLanguages.
- Londoño Bonilla, P. (2022). Factores que influyen en la elección de enseñar inglés como lengua extranjera en escuelas primaria públicas en Colombia. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 468-483. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-34322022000200468&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-34322022000200468&lang=es)
- Martínez Guevara, J. L., Killian Reyes, M. G., & Del ángel Cortés, L. (2016). Estudio autónomo y estrategias metacognitivas:sus implicaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés en educación básica. *Revista de Psicología y Ciencias del Comportamiento de la U.A.C.J.S*, 63-75. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-18332016000100005&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-18332016000100005&lang=es)
- México, G. d. (3 de Octubre de 1921). *Gobierno de México*. Obtenido de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/30833/DECRETO\\_estableciendo\\_una\\_Secretaria\\_de\\_Estado\\_que\\_se\\_denominara\\_sep.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/30833/DECRETO_estableciendo_una_Secretaria_de_Estado_que_se_denominara_sep.pdf)
- Montero García, K., de la Cruz Villegas, V., & Arias Ovando, J. C. (15 de Abril de 2020). El idioma inglés en el contexto de la educación. Formación profesional en un mundo globalizado. *Perspecticas Docentes Vol.30 Núm.71*, págs. 1-3. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7742790.pdf>

- Morales Rios, S., & Ferreira Cabrera, A. (2008). La efectividad de un modelo de aprendizaje combinado para la enseñanza del inglés como lengua extranjera: estudio empírico. *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, 95-118. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-48832008000200006&lang=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-48832008000200006&lang=es)
- Nava López, M. d. (2021). La cortesía desde un enfoque pragmático de la lengua en el desarrollo de la expresión oral en inglés en estudiantes de la Escuela Normal Superior del Estado de México. *Revista Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 2-4. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-78902021000200001&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78902021000200001&lang=es)
- OCDE. (2008). "Globalisation and linguistic competencies: Responding to Diversity in Language Environments". *12th OECD-Japan Seminar* (pág. 14). Japón: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Obtenido de <https://www.oecd.org/education/ceri/41504351.pdf>
- Parra, A. (s.f.). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-segmentacion-de-mercados/>
- Phillipe, P. (2004). Diez nuevas competencias para enseñar. *Quebecor World*, 159. Obtenido de <https://www.uv.mx/dgdaie/files/2013/09/Philippe-Perrenoud-Diez-nuevas-competencias-para-ensenar.pdf>
- Portafolio. (8 de Septiembre de 2016). *Portafolio Colombia*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/tendencias/precios-para-estudiar-ingles-en-colombia-500206>
- Quiñonez Pech, S. H. (2021). Competencia digital de los profesores de inglés en enseñanza primaria del sureste de México. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6-7. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74672020000200136&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672020000200136&lang=es)
- RAE. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/servicio>
- Ramírez Gómez, L. A., Pérez Maya, C. J., & Lara Villanueva, R. S. (2017). Panorama del sistema educativo mexicano en la enseñanza del idioma inglés como segunda lengua. *Revista de Educación Cooperación y Bienestar Social*, 2-3. Obtenido de <https://revistadecooperacion.com/numero12/012-02.pdf>
- Ramírez Martinell, A., Casillas Albarado, M. Á., & Contreras Asturias, C. C. (2014). La incorporación de las TIC a la enseñanza universitaria de los idiomas. *Debate Universitario*, 1-3. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/mcasillas/files/2015/12/ARM-TIC-en-idiomas.pdf>
- Reyes Cruz, M. d., Murrieta Loyo, G., & Hernández Méndez, E. (2011). Políticas lingüísticas nacionales e internacionales sobre la enseñanza del inglés en escuelas primarias. *Revista*

*pueblos y fronteras digitales*, 167-197. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-41152011000200006&lang=es](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-41152011000200006&lang=es)

- Romero, R. (1997). *Marketing*. Monterrey: Editora Palmir E.I.R.L. Obtenido de [http://fidelmafca.weebly.com/uploads/4/0/4/7/4047781/\\_\\_\\_organizacin-empresa.pdf](http://fidelmafca.weebly.com/uploads/4/0/4/7/4047781/___organizacin-empresa.pdf)
- Santander, U. (15 de 11 de 2021). *Becas Santander*. Obtenido de Universidades de Santander: <https://www.becas-santander.com/es/blog/idiomas-mas-hablados.html>
- Sarasola, J. (10 de Marzo de 2022). *Gizapedia*. Obtenido de <https://gizapedia.org/entorno-macroeconomico#:~:text=La%20expresi%C3%B3n%20entorno%20macroecon%C3%B3mico%20hace,inflaci%C3%B3n%20y%20tipos%20de%20inter%C3%A9s>.
- SEGOB. (29 de Diciembre de 2020). *Secretaría de Gobernación de México*. Obtenido de Diario Oficial de la Federación: [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5609166&fecha=29/12/2020#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5609166&fecha=29/12/2020#gsc.tab=0)
- SEP. (2010). *Marco para el diseño y desarrollo de programas de formación continua y superación profesional para maestros de educación básica*. Obtenido de Secretaría de Educación Pública Web site: <https://gaebc.files.wordpress.com/2011/11/perfil-de-desemped0b5o.pdf>
- SEP. (2019). *Secretaría de Educación Pública (SEP)*. Obtenido de Plan Sectorial de Educación 2019-2024: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/486648/PLAN\\_SECTORIAL\\_EDUCACION\\_2019-2024.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/486648/PLAN_SECTORIAL_EDUCACION_2019-2024.pdf)
- Sistemas, A. C. (Abril de 2022). *Redacción UBITS*. Obtenido de ACIS: <https://acis.org.co/portal/content/aumenta-demanda-de-profesionales-biling%C3%BCes-en-latinoam%C3%A9rica>
- UNAM, E. d. (2012). El artículo 3o. y la educación obligatoria. *Marco Legislativo de la Educación*, Capítulo 17. Obtenido de [https://www.planeducativonacional.unam.mx/CAP\\_16/Text/16\\_02a.html](https://www.planeducativonacional.unam.mx/CAP_16/Text/16_02a.html)
- VISA. (2023). *VISA*. Obtenido de <https://www.visa.com.co/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html#:~:text=El%20e%2Dcommerce%20o%20comercio,servicios%20a%20trav%C3%A9s%20de%20Internet>.

## 10. ANEXOS

### Estudio de la educación básica en las escuelas de México

Escuelas en México - Word (Error de activación de productos)

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Calibri (Cuerpo) 11 Fuente Párrafo Estilos Edición

Mapa curricular en México. Información tomada de: <https://blog.pearsonlatam.com/en-el-aula/nueva-escuela-mexicana-lo-que-debe-saber-texto-5a-%20enfoue%20pedag%C3%B3gico%20pretende%20realizar-comunidad%20a%20que%20pertenece>

1.3 Calendario escolar académico de la educación básica en México periodo 2022-2023

Agosto 2022 Septiembre 2022 Octubre 2022 Noviembre 2022 Diciembre 2022 Enero 2023  
 Febrero 2023 Marzo 2023 Abril 2023 Mayo 2023 Junio 2023 Julio 2023

Receso de clases  
 Sesión del Comité Participativo de Salud Escolar y Jornada de Limpieza en Escuelas  
 Consejo Técnico Escolar y Taller Intensivo de Formación Continua para Docentes Nuevos Planes y Programas de Estudio 7  
 Inicio de clases del Ciclo Escolar 2022-2023  
 Taller Intensivo de Formación Continua para Docentes Nuevos Planes y Programas de Estudio  
 Taller Intensivo de Formación Continua para Docentes con presencia de Alumnos

Suspensión de labores docentes  
 Desgracia administrativa  
 Entrega de boletines de evaluación a madres y padres de familia (último)  
 Vacaciones  
 Prescripción a profesor, primer grado de primaria y primer grado de secundaria para el Ciclo Escolar 2022-2023  
 Fin de clases del Ciclo Escolar 2022-2023

\* La Formación Continua para Docentes sobre los Nuevos Planes y Programas de Estudio será permanente durante todo el ciclo escolar.  
 Calendario escolar académico en México periodo 2022-2023 (190 días). Información tomada de: [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5654167&fecha=03/06/2022#sc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5654167&fecha=03/06/2022#sc.tab=0)  
<https://diarioeducacion.com/calendario-escolas-2022-2023-scp/>

En la imagen anterior se muestra a detalle el calendario escolar académico de la educación básica de México durante los periodos 2022-2023, en los cuales se pueden

PÁGINA 5 DE 17 3386 PALABRAS ESPañOL (ESPAÑA) 29°C Mayorm. nubla... 11:58 a. m. 16/06/2023

### Estudio de la composición del sistema educativo en México

Escuelas en México - Word (Error de activación de productos)

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Calibri (Cuerpo) 11 Fuente Párrafo Estilos Edición

1. EDUCACIÓN DE LAS ESCUELAS EN MÉXICO

1.1 Composición del Sistema Educativo Nacional (SEN) en México

Educación Superior  
 Especialización  
 Maestría  
 Licenciatura  
 Técnico Superior Universitario  
 Educación Media Superior  
 Técnico  
 Bachiller General  
 Bachiller Técnico  
 Profesional Técnico  
 Capacitación para el Trabajo  
 Secundaria  
 Primaria  
 Preescolar  
 Educación Básica

Información tomada de: <https://www.gob.mx/sep/articulo/conoce-el-sistema-educativo-nacional#text=La%20educaci%C3%B3n%20de%20tipo%20b%C3%A1sico%20requiere%20bachillerato%20o%20sus%20equivalentes>

1.1.1 En cuántos años está compuesto cada nivel educativo de la educación básica?

**Preescolar (Opcional):** Se ofrece a estudiantes de 3 a 5 años de edad. La

PÁGINA 2 DE 17 3386 PALABRAS ESPañOL (ESPAÑA) 29°C Mayorm. nubla... 12:10 p. m. 16/06/2023

## Estudio de las posibles ciudades potenciales para ofrecer el servicio a las escuelas de aquellas ciudades según estudio de Education First y según recomendaciones por parte de una herramienta de Inteligencia Artificial (IA) en este caso ChatGPT

Escuelas en México - Word (Error de activación de productos)

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Calibri (Cuerpo) 11 A A Fuente Párrafo Estilos

Normal Sin espa... Título 1 Título 2 Título 3 Título 4 Puesto Subtítulo Énfasis sutil Énfasis

Buscar Reemplazar Seleccionar Edición

E E U U

Apoyo de: <https://www.turismomexico.es/estados-de-mexico/>

3.1 Posibles ciudades potenciales de acuerdo a la comparación de posición geográfica con Cúcuta según ChatGPT

En los datos obtenidos por la Inteligencia Artificial (IA) llamada ChatGPT

PÁGINA 8 DE 17 3386 PALABRAS ESPAÑOL (ESPAÑA)

29°C Mayorm. nubla... 12:01 p. m. 16/06/2023

## Información acerca de los lineamientos que deben cumplir las academias de enseñanza del inglés para poder ofrecer los servicios en México

Escuelas en México - Word (Error de activación de productos)

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Calibri (Cuerpo) 11 A A Fuente Párrafo Estilos

Normal Sin espa... Título 1 Título 2 Título 3 Título 4 Puesto Subtítulo Énfasis sutil Énfasis

Buscar Reemplazar Seleccionar Edición

De acuerdo con la información disponible en la Secretaría de Educación Pública (SEP) de México, las academias que ofrecen el servicio de enseñanza del inglés desde un país latinoamericano y que deseen trabajar con escuelas privadas en México deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Registro en el Sistema de Información y Gestión Educativa (SIGED): las academias deben registrarse en el SIGED, el cual es el sistema que permite a la SEP tener un control y seguimiento de las instituciones educativas que operan en el país.
- Cumplimiento de los programas de estudio: las academias deben asegurarse de que los programas de estudio que ofrezcan estén en consonancia con los lineamientos establecidos por la SEP. Esto implica que deben cubrir los objetivos de aprendizaje, temas y habilidades requeridos para cada nivel.
- Profesorado capacitado: las academias deben contar con un cuerpo docente capacitado y con experiencia en la enseñanza del idioma inglés. Los profesores deben contar con un título universitario, preferentemente en lenguas extranjeras, así como con una certificación de enseñanza de inglés como lengua extranjera.
- Evaluación del aprendizaje: las academias deben contar con un sistema de evaluación que permita medir el progreso de los estudiantes en el aprendizaje del idioma inglés. Este sistema debe estar en consonancia con los lineamientos establecidos por la SEP.
- Respeto a la normativa educativa: las academias deben cumplir con las leyes y regulaciones que rigen el sector educativo en México, incluyendo la Ley General de Educación y la Ley General de los Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas.

Es importante destacar que estos requisitos pueden estar sujetos a cambios y actualizaciones por parte de la SEP, por lo que es recomendable verificar la información actualizada en su página web.

La Secretaría de Educación Pública (SEP) en México establece los siguientes requisitos para las academias que ofrecen el servicio de enseñanza del inglés dirigida a las escuelas privadas:

- Registro ante la SEP: Las academias deben registrarse ante la SEP y obtener su

PÁGINA 16 DE 17 3386 PALABRAS ESPAÑOL (ESPAÑA)

29°C Mayorm. nubla... 12:03 p. m. 16/06/2023

## Recopilación de información de las escuelas privadas de estados específicos de México

SEGN ESTUDIO DE	ESTADO	CIUDAD	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	NIVELES DE ESCOLARIDAD	JORNADA	PÁGINA OFICIAL DE LA INSTITUCIÓN
CHATOPT	TAMAULIPAS	NUEVO LAREDO	INSTITUTO ESCOLAR REGIO	Preescolar/Primaria	Matutino	
CHATOPT	TAMAULIPAS	NUEVO LAREDO	COLEGIO AMERICA A.C	Preescolar/Primaria	Matutino	<a href="http://web.direccionnuevolaredo.org/atao/col-america/">http://web.direccionnuevolaredo.org/atao/col-america/</a>
CHATOPT	TAMAULIPAS	NUEVO LAREDO	COLEGIO MONTESSORI	Secundaria/Preparatoria	Matutino	
CHATOPT	TAMAULIPAS	NUEVO LAREDO	COLEGIO MEXICO MARISTA	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	<a href="https://www.col-mex.edu.mx/">https://www.col-mex.edu.mx/</a>
CHATOPT	TAMAULIPAS	NUEVO LAREDO	COLEGIO TIERRA NUEVA	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	
CHATOPT	TAMAULIPAS	REYNOSA	COLEGIO ARAJAVI	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino/Vespertino	
CHATOPT	TAMAULIPAS	REYNOSA	COLEGIO JOSE MA MORELOS	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	
CHATOPT	TAMAULIPAS	REYNOSA	COLEGIO ESPERANZA UNIDAD Y ESFUERZO	Primaria/Secundaria	Matutino	
CHATOPT	TAMAULIPAS	REYNOSA	COLEGIO PARTICULAR REFORMA	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	
CHATOPT	TAMAULIPAS	REYNOSA	INSTITUCION COLON SALESIANAS	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	<a href="https://www.institutocolon.com/">https://www.institutocolon.com/</a>
CHATOPT	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	ESCUELA FRANCISCO VILLA CD. JUAREZ	Secundaria/Preparatoria	Matutino	
CHATOPT	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	COLEGIO ANTADES JRZ	Preescolar/Primaria/Secundaria/Estancia	Matutino	
CHATOPT	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	COLEGIO REGIONAL DE MEXICO JUAREZ ZARAGOZA	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	
CHATOPT	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	COLEGIO JOSEFA VILLEGAS OSORIO	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	
CHATOPT	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	INSTITUTO VISION MEXICO	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	<a href="https://www.ivmci.edu.mx/">https://www.ivmci.edu.mx/</a>
CHATOPT	CHIHUAHUA	CIUDAD JUÁREZ	COLEGIO HISPANO INGLÉS	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	<a href="https://www.colegiohispanoinglesirz.com/">https://www.colegiohispanoinglesirz.com/</a>
EF EPI	VERACRUZ	VERACRUZ	COLEGIO 28 DE NOVIEMBRE	Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	<a href="https://www.col-28noviembreveracruz.edu.mx/">https://www.col-28noviembreveracruz.edu.mx/</a>
EF EPI	VERACRUZ	VERACRUZ	COLEGIO REAL VICTORIA	Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	<a href="https://www.col-realvictoria.edu.mx/">https://www.col-realvictoria.edu.mx/</a>
EF EPI	VERACRUZ	VERACRUZ	COLEGIO EUGENIO GARZA SADA	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	<a href="http://www.col-eugenio-garza-sada.edu.mx/">http://www.col-eugenio-garza-sada.edu.mx/</a>
EF EPI	VERACRUZ	VERACRUZ	COLEGIO VALENTÍN GÓMEZ FARIAS	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	
EF EPI	VERACRUZ	VERACRUZ	COLEGIO VALENTÍN RUIZ OBREGÓN	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	<a href="https://www.col-valentinruizobregon.edu.mx/">https://www.col-valentinruizobregon.edu.mx/</a>
EF EPI	YUCATAN	VALLADOLID	ESCUELA SECUNDARIA MODELO VALLADOLID	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	<a href="https://sistema.valladolid.comportal/">https://sistema.valladolid.comportal/</a>
EF EPI	YUCATAN	VALLADOLID	ESCUELA HISPANO MEXICANO DEL SURESTE A.C	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	<a href="https://www.hispanomexicanodelsureste.edu.mx/">https://www.hispanomexicanodelsureste.edu.mx/</a>
EF EPI	YUCATAN	VALLADOLID	CENTRO DE ENSEÑANZA SIGLO XXI	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	<a href="https://www.centro21valladolid.edu.mx/">https://www.centro21valladolid.edu.mx/</a>
EF EPI	YUCATAN	VALLADOLID	ESCUELA SECUNDARIA FRANCISCO DE MONTEJO	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	
EF EPI	YUCATAN	VALLADOLID	CENTRO DE ESTUDIOS ZACI	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	
EF EPI	COAHUILA	SALTILLO	COLEGIO NORTE SALTILLO	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	
EF EPI	COAHUILA	SALTILLO	CENTRO DE ESTUDIOS MELCHOR OCAMPO	Secundaria/Preparatoria	Matutino/Vespertino/Nocturno	<a href="https://sites.google.com/semac-net/semacip-3C-3A1qna-principal">https://sites.google.com/semac-net/semacip-3C-3A1qna-principal</a>
EF EPI	COAHUILA	SALTILLO	COLEGIO IGNACIO ZARAGOZA	Preescolar/Primaria/Secundaria/Preparatoria	Matutino	<a href="http://www.cit.edu.mx/sitio/index.html">http://www.cit.edu.mx/sitio/index.html</a>
EF EPI	COAHUILA	SALTILLO	COLEGIO MARIA ALVAREZ DE RODRIGUEZ A.C	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	
EF EPI	COAHUILA	SALTILLO	COLEGIO SALESIANO COLUMB DE SALTILLO	Preescolar/Primaria/Secundaria	Matutino	<a href="https://www.col-esalesianocolumbde-saltillo.org/">https://www.col-esalesianocolumbde-saltillo.org/</a>

## Análisis PESTEL realizado de manera general sobre el ambiente del mercado competitivo en el que rodea a la empresa

POLÍTICOS	ECONÓMICOS	SOCIOCULTURALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ley 1651 del 2013 decretado por el gobierno colombiano sobre la educación de una lengua extranjera.</li> <li>* Programa Nacional de Inglés (PNI) 2015-2025.</li> <li>* Ley 115 del 8 de febrero de 1994 según lineamientos curriculares en idiomas extranjeros.</li> <li>* Ley General de Educación en Colombia.</li> <li>* Superintendencia de Industria y Comercio.</li> <li>* Cambios de políticas públicas en la educación de lenguas extranjeras por parte del Gobierno de Gustavo Petro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* TRM hoy: Oscila entre los 4.458,27 a los 4.678,25 pesos colombianos por dólar estadounidense durante el primer trimestre del 2023 (Banco de la República).</li> <li>* PIB IV trimestre del 2022: 257.792 millones de pesos (COP) (DANE 2023).</li> <li>* Inflación de 13,1% en el 2022.</li> <li>* Decreto 1625 de 2016: Excepción en la exportación de servicios desde el territorio nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Colombia cuenta con más de 52 millones de habitantes, siendo el segundo país más poblado de hispanoamérica (DANE 2019).</li> <li>* Más de 12 millones de personas comprenden las edades entre 14 a 28 años (más del 25% de la población colombiana) (DANE 2020).</li> <li>* Las cinco tendencias representativas del consumidor del 2023 en Colombia son: La construcción de la identidad, la búsqueda de estímulos, la preocupación social y con el ambiente, el cuidado de la salud y el consumo reflexivo (YahooFinance 2023).</li> </ul>
TECNOLÓGICOS	ECOLÓGICOS	LEGALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Con la ayuda de la programación para generar recursos tecnológicos como el desarrollo de la página web y la página interactiva para la enseñanza del inglés hechos mediante algoritmos creados por la Machine Learning</li> <li>* El área de contenido en redes facilita la interacción entre las redes sociales las cuales llegan a todas partes del mundo.</li> <li>* Nivel de innovación en la creación de contenido diario para cada red social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Cumplimiento de la norma ISO 14001 con el facilitamiento de los recursos necesarios para las funciones de la empresa prevaleciendo la prevención del impacto en el medio ambiente</li> <li>* Decreto 1073 del 26/05/2015: Uso eficiente y moderada de la energía eléctrica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Propiedad intelectual y marca registrada por medio de la Cámara de Comercio de Cúcuta y la Superintendencia de Industria y Comercio.</li> <li>* Reglas sanitarias contra el COVID-19</li> <li>* Protección de datos con las tecnologías TIC's</li> <li>* Derechos legislativos regidos bajo el gobierno colombiano</li> </ul>

## Puntos a tratar durante el proceso del estudio de mercado

Elementos estudio de mercado Express Yourself - Word (Error de activación de productos)

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Times New Ro - 12 A A

Normal Título 1 Título 2 Título 3 Título 4 Sin espa... Título 7 Énfasis sutil Énfasis Énfasis int...

Buscar Reemplazar Seleccionar

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos Edición

**Tabla de contenido**

1. Diagnóstico general de la empresa y análisis del entorno interno de Express Yourself...3

1.1 Reseña histórica de la empresa.....3

1.2 Misión.....4

1.3 Visión.....4

1.4 Organigrama.....5

1.5 Principios y valores corporativos.....5

1.6 Áreas de la empresa.....6

2. Análisis FODA.....7

2.1 Fortalezas.....7

2.2 Oportunidades.....7

2.3 Debilidades.....7

2.4 Amenazas.....7

3. Situación competitiva de la empresa.....7

3.1 Competencia a nivel local y nacional.....7

I. Competencia a nivel local.....7

II. Competencia a nivel nacional.....8

4. Análisis sectorial.....8

4.1 Análisis local, departamental y nacional mediante las cinco fuerzas de Porter.....9

5. Investigación de mercados.....12

5.1 Análisis PESTEL- entorno macroeconómico y microeconómico de la empresa.....12

5.2 Competición internacional: Ventajas competitivas de dichas empresas:.....13

5.3 Como es la demanda en LATAM?.....14

PÁGINA 1 DE 19 5921 PALABRAS ESPAÑOL (ESPAÑA)

Buscar

29°C Mayorm. nubla... 12:09 p. m. 16/06/2023