



PROPUESTA DE EMPRESA DEDICADA A BRINDAR CAPACITACIONES DE INGLÉS A LA COMUNIDAD BABAHOYENSE

PROPOSAL FOR A COMPANY DEDICATED TO PROVIDING ENGLISH TRAINING
TO THE BABAHOY COMMUNITY

Miguel Andrés Franco Bayas¹ Daniel Fabricio Contreras Moscol²; Willians Díaz López³

¹ Universidad Técnica de Babahoyo, Ciudad y Ecuador.

Correo: mfrancob@utb.edu.ec Identificador ORCID: <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

² Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.

Correo: email@institucion.com Identificador ORCID: <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

³ Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.

Correo: email@institucion.com Identificador ORCID: <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

*Autor de correspondencia: mfrancob@utb.edu.ec

Resumen

El presente trabajo aborda el resultado investigativo realizado sobre la propuesta de empresa dedicada a brindar capacitaciones del idioma inglés a la comunidad babahoyense. El objetivo de la investigación es analizar los números de empresas dedicadas a brindar capacitaciones de inglés en la localidad. En lo que respecta a la revisión de la literatura, se enlistaron las compañías que en la actualidad brindan servicio de enseñanza del idioma inglés y la necesidad de emprender en servicios virtuales en enseñanza y aprendizaje del idioma estudiado con certificación de acuerdo al



Marco Común Europeo de Referencia. La metodología fue diseñada bajo el planteamiento descriptivo - analítico en los factores de competidores, modelo canvas y FODA. Por último, es preciso mencionar que la creación de una empresa certificadora en el idioma extranjero permitirá contribuir en la parte cognitiva de la población de manera positiva con el fin de tener mejores oportunidades a nivel mundial.

Palabras Clave comunidad local, educación, empresa, inglés, modelo de desarrollo.

Abstract

This paper deals with the results of the research conducted on the proposal of a company dedicated to providing English language training to Babahoyo's community. The aim of the research is to analyze the number of companies dedicated to providing English language training in the locality. Regarding the literature review, the companies that currently provide English language teaching services and the need to undertake virtual services in teaching and learning of the language studied with certification according to the Common European Framework of Reference were listed. The methodology was designed under the descriptive-analytical approach in the factors of competitors, canvas model and SWOT. Finally, it is worth mentioning that the creation of a foreign language certification company will contribute to the cognitive part of the population in a positive way in order to have better opportunities worldwide.

Keywords: local community, education, company, English, development model.



Introducción

El fenómeno de globalización, en donde se apertura la comunicación entre los países del mundo, ha convertido en una necesidad el aprendizaje de una lengua extranjera, con el fin de tener mejores oportunidades de movilidad profesional, social, cultural y personal.

En este contexto, la enseñanza de lenguas extranjeras se convierte en tema de análisis, y cada día las personas buscan aumentar su preparación académica con el objetivo de ser la persona con un gran cúmulo de conocimientos, para conseguir un buen trabajo, para no tener dificultad de viajar a países donde hablan otro idioma, siendo el inglés, el idioma de la comunicación internacional, del comercio y las finanzas, es decir, que es el idioma universal, por este motivo miles de personas deciden estudiar inglés como segundo idioma para poseer un buen conocimiento y entendimiento del idioma el cual otorga ventajas competitivas frente a otros profesionales que no dominan el mismo.

En la ciudad de Babahoyo, existía una empresa certificada para brindar clases de inglés, la Academia “Hogwarts”, escuela dedicada a la enseñanza del idioma y la cultura inglesa desde el 2008, con sistema presencial y virtual de clases. Ésta fue creada para colaborar en el aprendizaje del inglés de niños, jóvenes y adultos, mediante una metodología de enseñanza natural, práctica, divertida y sencilla. La institución aportó con herramientas educativas de alto nivel, garantizando un alto rendimiento de sus estudiantes, quienes eran preparados para alcanzar los niveles del Marco de Referencia Común Europeo: A1 - A2 - B1 - B2 - C1.

De acuerdo a lo descrito previamente, en la actualidad no existe una variedad de academias en la ciudad de Babahoyo que oferte servicios de capacitaciones de inglés a la comunidad, esto se debe por diversos factores, tales como falta de profesionales especializados en el idioma, carencia de recursos para invertir en un centro de idiomas, etc. Debido a la crisis sanitaria causada por el Covid-19, existe un gran vacío en los estudiantes y más en el idioma inglés, por ello los padres de familia, jóvenes y adultos requieren reforzar su conocimiento; asimismo, se ve la necesidad de que existan



más opciones para que la población pueda ampliar sus conocimientos, mejorar su nivel de suficiencia de inglés que le permita ser más competitivo en este mundo globalizado.

REVISIÓN DE LITERATURA

Hace varios años atrás, el idioma inglés experimentó un crecimiento considerable junto a la globalización, es por esto que existen personas con la necesidad de aprender este idioma para alcanzar mejores oportunidades laborales (Chávez, Saltos, y Saltos 2017).

Debido a esto, muchos institutos y escuelas de idiomas comenzaron a aparecer con la finalidad de proveer un servicio de calidad y cumplir las diferentes metas que tienen los usuarios con relación al idioma.

Un instituto de lenguas es un lugar de preparación de idiomas de algún país o región y está diseñado para funcionar de una manera tradicional la cual conlleva un contacto con el docente y el uso de recursos o de forma virtual utilizando el e-learning o también denominado aprendizaje electrónico (Polo n.d.).

En la provincia de los Ríos existe una empresa dedicada al servicio de enseñanza de idioma inglés, tal como lo es “World English Insitute” localizada en la ciudad de Quevedo, la cual brinda sus servicios a toda la comunidad y posee los siguientes beneficios: plataforma internacional, interfaz interactiva y diseño, acceso de 24 horas por 3 meses, práctica de habilidades – gramática y lectura, comprensión oral y escrita, secciones de speaking vía zoom, y monitoreo de progreso diario (World English Institute Quevedo 2021).

De la misma forma, existe un estudio denominado “*Entornos y escenarios laborales de los profesionales graduados de la Universidad Técnica de Babahoyo – Extensión Quevedo*” por (Briones et al. 2018) en la que hacen referencia que se deben aperturar distintas carreras para que se puedan satisfacer las necesidades de un profesional en distintos contextos. Una de ellas es la carrera de inglés.



De acuerdo al párrafo anterior, es notoria la urgencia con la que se debe abordar el tema de los idiomas, y en especial, el inglés para tener profesionales con perfiles más competitivos para así recibir remuneraciones altas dentro del campo laboral.

En la ciudad de Babahoyo, se encuentran 3 competidores los cuales son: English Approach Academy, Centro de idiomas del Instituto Superior Tecnológico Babahoyo y “Tus clases particulares”. Es por esto que nace la idea de emprender una compañía con el nombre de “Aprende Inglés con el Teacher Miguel”, la cual estará enfocada en brindar servicios de enseñanza de inglés de manera virtual para la toda la comunidad Babahoyense, desde personas que deseen aprender el idioma por diversión, preparación de certificaciones para alcanzar los niveles de suficiencia de acuerdo al Marco Común Europeo de Referencia (MCER) y cómo sostener entrevistas de trabajo en el idioma antes descrito.

Con relación a la creación de empresas, se refiere a “la generación estructurada y sistémica del modelos de negocios; entendido éste como la arquitectura de la empresa o la forma cómo los emprendedores organizan sus actividades para crear y capturar valor”. (Nwaiwu, 2018, citado en Beltrán, 2020, p. 26).

Por consiguiente, la creación de este tipo de empresas posee un modelo de negocios que se caracteriza principalmente por sus actividades y procesos automatizados a través del uso de la tecnología, dando como resultado el respaldo que la educación virtual tiene, y así, abandonar los antiguos procesos para establecer las distintas actividades comerciales (Beltrán, 2020).

De acuerdo con (Morales, Fernández y Pulido, 2016, citado en Crisol, Herrera, y Montes, 2020) la educación virtual es una modalidad mediada por las tecnologías de información y de comunicación (Tics) ofrecida a los distintos niveles de formación por sus funciones de multimedia, hipertexto e interacción.

Es preciso decir, que la educación virtual siempre ha estado inmersa en las distintas esferas, y, en especial en el área de educación. Lastimosamente, antes este tipo de instrucción era vista como “el patito feo”, pero hoy es la forma preferida de millones de personas debido a sus ventajas, tales como, flexibilidad, variedad educativa y eliminación de restricciones geográficas (Iberdrola, 2021).



Para tener una accesibilidad e interacción dinámica y confiable entre instructores y participantes, es necesario que se considere a los entornos virtuales de aprendizaje (EVA) en los procesos de aprendizaje para que existan oportunidades equitativas y adaptación al entorno digital (Temesio, 2016).

Un entorno virtual de aprendizaje es una plataforma didáctica de carácter digital alojada en la nube de Internet, integrada por recursos y actividades para fomentar la interacción con los estudiantes (Riveros, Nausan, García y Palacios, 2017, citado en Gutiérrez, 2018).

La educación virtual frente a la presencial no se puede llevar a cabo de la misma forma, ya que existe una manera para poder alcanzar las metas propuestas dentro de este tipo de instrucción y es a través de la metodología PACIE.

Lugo (2009) señala que la palabra PACIE es un término que corresponde a cinco etapas para conseguir un mejoramiento global en la educación virtual con ayuda de las otras modalidades del sector educativo, y son las siguientes:

P= Presencia

A= Alcance

C= Capacitación

I= Interacción

E= E-learning

Según Lugo (2009), la primera fase es la de presencia. Para esto, se debe tener un aula virtual muy atractiva para que el estudiante ingrese de forma regular y aproveche las distintas ventajas del caso; por tanto el EAV debe tener lo siguiente:

1. Inserción de imagen de la empresa.
2. Uniformidad de tipo de letras en los títulos.
3. Normalización en tipo de texto.
4. Uso de colores para realce de la información
5. Recursos web 2.0



La segunda fase se denomina Alcance. En esta sección aparecen los SBS, los cuales significan estándares, marcas y habilidades. Se debe tener la información organizada y usarla como medio para el aprendizaje del estudiante (Lugo, 2009).

Los estándares son las metas trazadas para el desarrollo cognitivo del estudiante, mientras que las marcas sirven de comprobación para visualizar si los estándares han sido cumplidos; y por último, las habilidades son las competencias que ha generado una persona para la realización de una tarea (Lugo, 2009).

La tercera fase se llama capacitación y es la que “promueve el autoaprendizaje y motivación de los estudiantes con el objetivo de estimular el uso de los recursos y herramientas virtuales que les permitan adquirir el conocimiento deseado” (Cobos, Simbaña, y Jaramillo, 2020).

La cuarta fase es interacción y es la sección donde se seleccionan los recursos y actividades de la web 2.0 y 3.0 para fomentar la colaboración y cooperación entre los educandos, y así, exista un acompañamiento digital, interés y participación en un ambiente virtual (Basantes, Naranjo, y Ojeda 2018).

Los autores Basantes, Naranjo y Ojeda describen a la última fase denominada e-learning, como la implementación de distintas tecnologías existentes y de la web para la realización de exámenes y tareas automatizadas, teniendo en cuenta la pedagogía como factor clave para obtener los conocimientos esperados.

Este tipo de metodología es para “trabajo en línea a través de un campus virtual, que permite manejar de la mejor manera, ese proceso de transición, tanto en los procesos de aulas convencionales, como en los institucionales”. (Becerra, 2014, p.36).

Además, la autora antes descrito menciona que el instructor es el principal mediador del aprendizaje por medio de la inclusión de las Tics, ya que que facilita su operatividad en el área académica y favorece un crecimiento profesional y personal.



Materiales y Métodos

Pasos de Investigación

Herramientas usadas :

Análisis de competidores

El análisis de competidores permite una investigación de la competencia a través de la identificación de su mercado con la finalidad de generar una ventaja competitiva de manera que permita superar a sus competidores en una fuerte competencia derivada de la liberación y globalización (Kharub, 2017). En consecuencia, proporciona la rentabilidad de un sector que es un factor esencial e importante para la elaboración de la estrategia (Parvina, 2008).

Las cinco fuerzas elaboradas por Michael Porter son: el poder de negociación con los clientes, el poder de negociación de los proveedores, la amenaza de nuevos entrantes, la amenaza de productos sustitutos y la rivalidad entre los competidores.

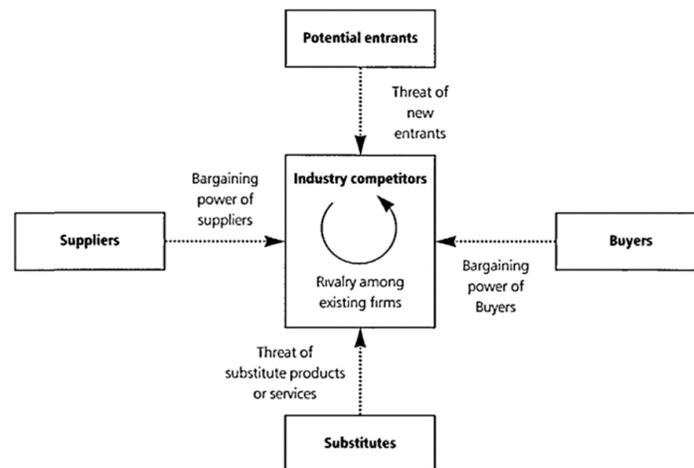


Figura 1. Las cinco fuerzas competitivas de la industria (Porter, 1997)

Clientes



Se identifica el poder de negociación que tienen los clientes; que tanto siguen comprando el producto ante un cambio de precio.

Proveedores

Se evalúa el tipo de relación que tienen con los proveedores y el grado de concentración de su materia prima para desarrollar ese producto o servicio. Hay que analizar los costos en caso de cambio de proveedor y que tanto mi negocio depende de ese proveedor.

Nuevos entrantes

Se evalúa que tan fácil o difícil es ingresar a ese negocio, por ende, haciéndose un análisis de la política gubernamental, economías de escala, inversión, el acceso a canales de distribución, costos, experiencia, entre otras.

Productos Sustitutos

Se indaga en la calidad y el precio que puedan satisfacer la misma necesidad que ofrece la propuesta de valor. Existen empresas que elaboran buenas estrategias de marketing y se puede identificar de manera rápida esos productos o servicios.

Competidores

Se estudia el grado de concentración del mercado, la tasa de crecimiento del sector, los intereses estratégicos de los competidores y el porcentaje que representa los costos fijos sobre la propuesta de valor.

El análisis de competidores ayudó a identificar los posibles competidores y las empresas que ya ofrecen el servicio de cursos de inglés en Babahoyo. En el cual, se revisaron sus precios, y propuestas de valor. Por lo tanto, el análisis logró identificar si los clientes, proveedores, nuevos entrantes, el uso de productos sustitutos y competidores tienen un potencial bajo o algo para la empresa.

MODELO NEGOCIO CANVAS

El modelo de negocio Canvas busca analizar, crear y visualizar una estructura de negocio que conlleve a su factibilidad a través de los clientes, suministros, infraestructura y viabilidad financiera. Por consiguiente, está dividida en 9 bloques donde la información debe llenarse en orden,



ya que se encuentran interconectados entre sí. Las secciones son segmentos de clientes, propuesta de valor, canal, relación con el cliente, flujo de ingresos, recursos claves, actividades clave, socios claves y estructura de costos. De acuerdo a Becker (2021), las ventajas que ofrece la herramienta son: documentación clara y rápida, promueve el trabajo en equipo, una orientación al cliente, la generación de propuestas de valor, una visión holística del negocio, el reconocimiento de factores de riesgo y es utilizable en las diferentes fases del producto o negocio.

Por otro lado, Sort y Nielsen (2018) en su estudio de cómo los emprendedores pueden tener diferentes herramientas para conseguir inversionistas en sus proyectos. Los investigadores enfatizaron que los institutos de educación superior deben utilizar el modelo Canvas en su plan de estudio, ya que les permite mejorar su comunicación y el aumento de posibilidades de crear empresas exitosas. Es por esta razón, que se debió resaltar la información a llenar en cada uno de los bloques:



Figura 2. The Business Model Canva (Osterwalder y Pigneur, 2010)

Segmentos de clientes

Define el grupo de personas, empresas u organizaciones que la empresa dueña del servicio desea alcanzar. De modo que pueda responderse preguntas de quienes van a ser las personas que valorarán la propuesta de valor y cuáles son las características del segmento de cliente.



Propuesta de valor

Permite describir los productos y servicios que generan o crean un valor agregado hacia el cliente. De modo que pueda abarcar información de cuáles son los beneficios que se promete al cliente.

Canal

Puntualiza de cómo la empresa va hacer llegar su producto o servicio hacia el segmento de cliente. Es importante que pueda responderse preguntas de donde están nuestros clientes y como le daremos a conocer la propuesta de valor. Los tipos de canales pueden ser directos o indirectos. Se debe tomar en cuenta que las fases para diseñar el canal: información, evaluación, compra, entrega y post venta.

Relación con el cliente

Ayuda a describir los tipos de relaciones que la empresa desea tener con un segmento de cliente en específico. La información a llenar es si va existir un acercamiento por teléfono, de manera física o por redes sociales. El tipo de relación con el cliente puede ser asistencia personalizada, asistencia personalizada exclusiva, autoservicio, servicio automático, comunidades y creación colectiva.

Flujo de ingresos

Permite enfatizar de cómo se va a obtener los ingresos para que pueda generar una sustentabilidad. Los modelos de ingreso pueden ser por venta de activos, cuota por uso, cuota por suscripción, de préstamo, concesión de licencias, gastos de corretaje y publicidad.

Recursos clave

Son los recursos necesarios para crear y entregar el producto o servicio. Los recursos pueden ser físicos, intelectuales, humanos y financieros.

Actividades clave

Son las actividades y acciones necesarias para crear y entregar el producto o servicio. Las actividades pueden ser de producción, ya sea en diseño, fabricación y entrega. También, puede ser el uso de plataforma y redes.



Socios clave

Detalla cuáles son las alianzas más significativas y necesarias para que el negocio se encuentre de manera operativa. Los socios pueden ser por alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, cooperación competitiva, empresas mixtas, relaciones comprador-proveedor y ONGs.

Estructura de costos

Describe todos los costos de mis recursos, actividades, legales, de oportunidad, aliados claves para que pueda iniciar y entregar mi propuesta de valor. Los costos pueden fijos o variables. Esta herramienta fue escogida ya que permitió analizar la estructura del negocio a través de la organización de las ideas y buscar propuestas de valor para idealizar un negocio innovador. El business model canva contribuyó a identificar los clientes potenciales, el valor agregado, como daremos a conocer el servicio que ofrecemos, el medio contacto que tendremos con nuestros clientes, el flujo de ingresos para identificar su sustentabilidad, los recursos y actividades claves para la operación, los proveedores que va a tener la empresa, y la estructura de costos.

ANÁLISIS FODA

El FODA es un método de análisis que permite evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas involucradas en una actividad empresarial, proyecto, plan u organización (Gurl, 2017). Por ende, existen consideraciones internas relacionadas a la organización que permiten tener una ventaja o desventaja sobre la competencia, y existen consideraciones externas en donde puede ser un beneficio o problema para la empresa (Teoli D, Sanvictores T y An J., 2019). Las consideraciones a tomar en cuenta para llenar la matriz son:

Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Amenazas



Figura 3. Matriz FODA por Albert Humphrey. Elaboración propia.

Fortalezas

Se detalla las ventajas que pueda tener de manera interna la empresa. Por ejemplo, sus recursos físicos, humanos o sus procesos operativos.

Debilidades

Se hace hincapié en las cosas que pueden hacer vulnerables o una actividad que se realiza de manera ineficiente dentro de la empresa.

Oportunidades

Se describe los factores externos de la organización que pueden ayudar al crecimiento de la empresa. Los factores para considerarse pueden ser políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

Amenazas

Se especifican los factores externos de la organización que pueden perjudicar o impedir el crecimiento de la empresa. Los factores para considerarse pueden ser políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

No obstante, existe un FODA Cruzado donde se hace un análisis a través de la combinación de los factores internos y externos. La combinación de fortalezas y oportunidades pueden generar ventaja competitiva, por consiguiente, se realizan estrategias ofensivas en la empresa. En cambio, si existe combinación de fortalezas y amenazas se deben tomar acciones defensivas para anular o reducir el impacto de las posibles amenazas detectadas. Por otro lado, en la combinación de debilidades y oportunidades se debe realizar estrategias adaptativas en donde se debe fortalecer esas debilidades con la finalidad de aprovechar esas oportunidades identificadas. Por último, en las debilidades y amenazas se elabora estrategias de supervivencia, por ende, se elaboran planes de acciones para aguantar ante las amenazas con la finalidad de reducir los daños.

El FODA permitió establecer los factores internos y externos de la empresa. Los factores externos ayudaron a tener una visión general si a nivel político, económico y legal, es



recomendable proponer la idea de negocio. Por lo tanto, todas estas herramientas permitieron a nivel técnico ver la factibilidad del negocio.

Resultados y Discusión

Análisis de competidores

Competidor 1

Enlace: <https://www.schoolandcollegelists.com/EC/Babahoyo/116647360246066/English-Approach-Academy>



Figura 4. English Approach Academy



Competidor 2

Enlace: <http://centroidiomas.istb.edu.ec/>



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO BABAHOYO
CENTRO DE IDIOMAS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO BABAHOYO

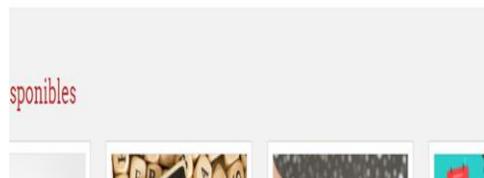


Figura 5. Centro de idiomas del Instituto Superior Tecnológico Babahoyo



Competidor 3

Enlace: <https://www.tusclasesparticulares.com.ec/profesores/ingles/babahoyo/>

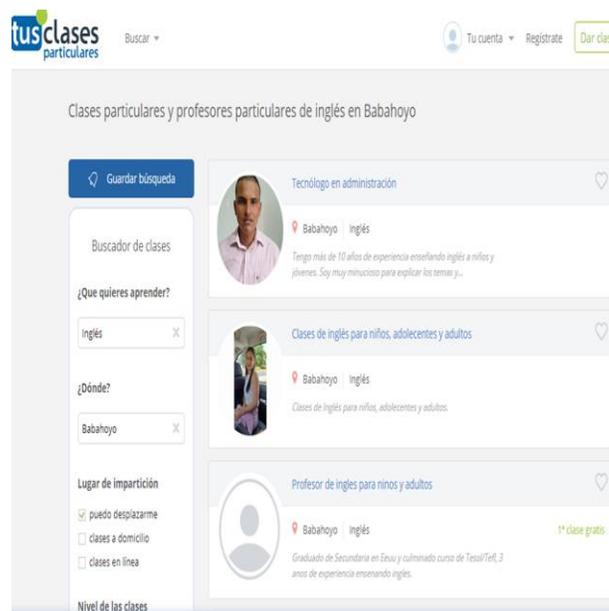


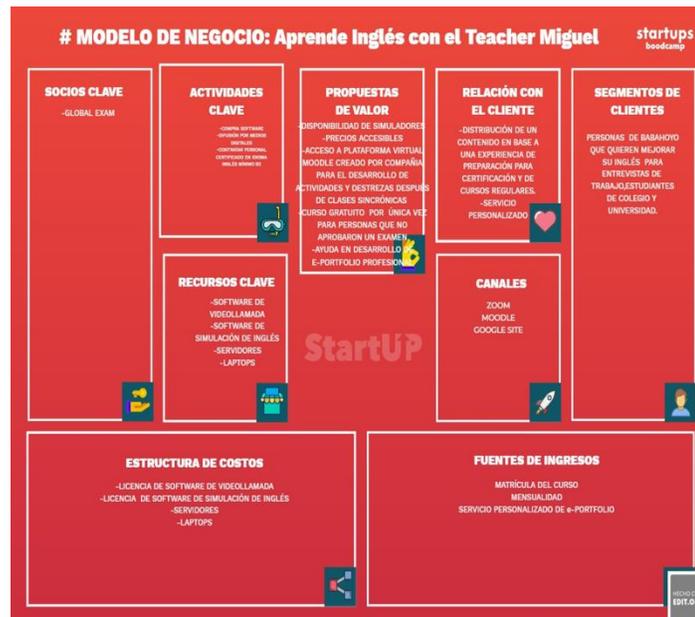
Figura 6. Tus clases particulares

<u>COMPETIDOR</u>	<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
English Approach Academy	Cuenta con página web	<ul style="list-style-type: none"> • Su área física no se ve confiable • Pide ingresar información personal como correo o número de celular para obtener información de los costos de los cursos.
		<ul style="list-style-type: none"> • Falta de propaganda en redes sociales • Pide ingresar información personal como correo o número



Centro de idiomas del Instituto Superior Tecnológico Babahoyo	Cuenta con página web que muestra todo lo que ofrecen sin necesidad de registrarse.	de celular para obtener información de los costos de los cursos.
Tus clases particulares	Es una plataforma que permite a personas naturales ofrecer sus servicios como profesores particulares.	<ul style="list-style-type: none"> • La gente sabe muy poco de esa plataforma y no cuentan con lugar físico. • Pide ingresar información personal como correo o número de celular para obtener información de los costos de los cursos.

Business Model Canvas



Segmentos de clientes



Personas de la ciudad de Babahoyo que desean mejorar su inglés para entrevistas de trabajo, estudiantes de colegios y universidades.

Propuesta de valor

- Disponibilidad de simuladores.
- Precios accesibles.
- Acceso a plataforma virtual Moodle creado por la empresa para el desarrollo de actividades y destrezas después de clases sincrónicas.
- Curso gratuito por única vez para personas que no aprobaron un exámen.
- Ayuda en desarrollo de e-portfolio profesional.

Canal

- Zoom
- Moodle
- Google Sites

Relación con el cliente

- Distribución de contenido en base a una experiencia de preparación para certificaciones y de cursos regulares.

Flujo de ingresos

- Matrícula del curso
- Mensualidad
- Servicio personalizado de e-portfolio

Recursos clave

- Software de videollamada
- Servidores
- Laptops

Actividades clave



- Compra de software
- Difusión por medios digitales
- Contratar personal certificado en idioma inglés mínimo nivel B2

Socios clave

- Global Exam

Estructura de costos

- Licencia de software de videollamada
- Licencia de software de simulación de inglés
- Servidores

Análisis FODA

Fortalezas

- Talento humano capacitado en enseñanza del idioma inglés y ofimática.
- Precios relativamente bajos
- Acceso a plataformas virtuales de educación inglés.

Oportunidades

- Tendencias en relación a educación virtual.
- Oportunidades de teletrabajo a nivel mundial requieren de inglés.

Debilidades

- Necesidad de inversión inicial.
- Talento humano carece de experiencia en emprendimiento.

Amenazas

- Existen competidores en el mercado.
- Segmento de mercado con poco poder adquisitivo.

DISCUSIÓN.

Esta investigación tuvo como propósito plantear una propuesta de empresa de enseñanza de inglés y describir aquellas experiencias en los cursos que capacitan inglés en las poblaciones de los estudiantes



universitarios. Sobre todo, se pretendió examinar cuáles son aquellos importantes en el servicio de los cursos de inglés en los estudiantes.

La globalización, en donde se apertura la comunicación entre los países del mundo, ha convertido en una necesidad el aprendizaje de una lengua extranjera, con el fin de tener mejores oportunidades de movilidad profesional, social, cultural y personal.

Hace algunos años atrás, el idioma inglés experimentó un crecimiento considerable, es por esto por lo que existen personas con la necesidad de aprender este idioma para alcanzar mejores oportunidades en su vida profesional.

En la ciudad de Babahoyo, existía una empresa certificada para brindar clases de inglés, la Academia “Hogwarts”, escuela dedicada a la enseñanza del idioma y la cultura inglesa desde el 2008, con sistema presencial y virtual de clases.

Actualmente debido a la crisis causada por el covid-19, existe un gran vacío en los estudiantes y más en el idioma inglés, por ello requieren reforzar su conocimiento, en vista de este fenómeno se vió que la población de Babahoyo tiene la necesidad de reforzar sus conocimientos en el área de inglés.

La metodología de la presente investigación fue diseñada bajo el planteamiento descriptivo - analítico en los factores de competidores, modelo Canvas y FODA, la creación de una empresa certificadora del idioma extranjero. Desde un punto de vista práctico, se resalta la posibilidad de diseñar de manera adecuada la propuesta de modelo de negocios basado en necesidad y características principales del segmento de mercado.

Referencias Bibliográficas

- Basantes, Andrea, Miguel Naranjo, y Vivian Ojeda. 2018. “Metodología PACIE En La Educación Virtual: Una Experiencia En La Universidad Técnica Del Norte.” *Formación Universitaria* 11(2):35–44. doi: 10.4067/S0718-50062018000200035.
- Becerra, Mayra. 2014. “Metodología PACIE Una Estrategia Emergente En La Gestión Virtual Universitaria. Impulsando La Innovación Educativa.” Pp. 28–45 in *Encuentro de Ciencias y Tecnología Urbe*.



- Becker, M. (2021). Business Model Canvas-Overview of the main advantages and disadvantages. Econstor. <http://hdl.handle.net/10419/234963>
- Beltrán, Edward. 2020. "Diseño de Una Empresa Orientada a La Implementación de Un Modelo de Educación Virtual Para El Aprendizaje de Inglés de Negocios." Universidad EAN.
- Briones, Wilson, Fátima Morales, Grace Abril, y Belky Alarcón. 2018. "Entornos y Escenarios Laborales de Los Profesionales Graduados En La Universidad Técnica de Babahoyo - Extensión Quevedo." *Universidad Ciencia y Tecnología* 22(89):26–30.
- Chávez, Mirian, María Saltos, y Celia Saltos. 2017. "La Importancia Del Aprendizaje y Conocimiento Del Idioma Inglés En La Enseñanza Superior." *Dominio de Las Ciencias* 3(3):759–71. doi: 10.23857/POCAIP.
- Cobos, Juan, Verónica Simbaña, y Lilian Jaramillo. 2020. "El Mobile Learning Mediado Con Metodología PACIE Para Saberes Constructivistas." *Sophia, Colección de Filosofía de La Educación* 28(28):139–64. doi: 10.17163/SOPH.N28.2020.05.
- Crisol, Emilio, Liliana Herrera, y Rosana Montes. 2020. "Educación Virtual Para Todos: Una Revisión Sistemática." *Education in the Knowledge Society (EKS)* 21:13–13. doi: 10.14201/EKS.23448.
- Gurl, E. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Gutiérrez, César. 2018. "Fortalecimiento de Las Competencias de Interpretación y Solución de Problemas Mediante Un Entorno Virtual de Aprendizaje." *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación* 8(2):279–93. doi: 10.19053/20278306.V8.N2.2018.7170.
- Iberdrola. 2021. "Educación Presencial o Virtual, ¿cuál Es Mejor?" Recuperado de Diciembre 5, 2021 (<https://www.iberdrola.com/talento/educacion-presencial-vs-virtual>).
- [Kharub, M.](#) and [Sharma, R.](#) (2017), "Comparative analyses of competitive advantage using Porter diamond model (the case of MSMEs in Himachal Pradesh)", [Competitiveness Review](#), Vol. 27 No. 2, pp. 132-160. <https://doi.org/10.1108/CR-02-2016-0007>
- Lugo, Yulimar. 2009. *La Metodología PACIE*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1). John Wiley & Sons.



- Parvina, E. (2018). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia por Michael Porter. Harvard Business Review América Latina.
- Polo, David. n.d. “Instituto de Idiomas: Guía Completa Al Emprendedor | Emprender Fácil.” Recuperado de Diciembre 5, 2021 (<https://www.emprender-facil.com/instituto-de-idiomas-guia-completa/>).
- Porter, M.E. (1997), "Competitive Strategy", Measuring Business Excellence, Vol. 1 No. 2, pp. 12-17. <https://doi.org/10.1108/eb025476>
- Sort, J. C., & Nielsen, C. (2018). Using the business model canvas to improve investment processes. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship. ol. 20 No. 1, pp. 10-33. <https://doi.org/10.1108/JRME-11-2016-0048>.
- Temesio, Silvana. 2016. “Educación Inclusiva: Retos y Oportunidades.” *RED. Revista de Educación a Distancia*. 9(51):15–26. doi: 10.6018/red/51/9.
- Teoli D, Sanvictores T y An J.(2019). SWOT Analysis. In: StatPearls. StatPearls Publishing, Treasure Island (FL); 2020. PMID: 30725987.
- World English Institute Quevedo. 2021. “World English Institute Quevedo.” Recuperado de Diciembre 5, 2021 (<https://world-english-institute-quevedo.business.site/posts/8895183646769047284?hl=es>).