



**EDUCACIÓN**  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO  
NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga  
Departamento de Ciencias Económico Administrativas

**PROYECTO DE TITULACIÓN**  
*DESARROLLO DE PROYECTOS CORPORATIVOS*

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
*INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL*

**PRESENTA:**

*ADAN CONTRERAS GARCÍA*

**ASESOR:**

*M.I. RAQUEL JAUREGUI DUEÑAS*

Junio



## **CAPÍTULO 1: PRELIMINARES**

### ***2. Agradecimientos.***

Primeramente, agradezco a Dios por acompañarme a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en todos mis momentos de debilidad, por ayudarme a seguir adelante en todo momento sin importar las circunstancias, y por permitir que mis padres se sientan orgullosos de mí.

Doy gracias a mi madre por todo el apoyo que me ha brindado en la vida, por todos los consejos que me da, por esas regañadas tan constantes que me he ganado, por todo el amor que me regala y sobre todo porque es la única que ha creído en mí y a pesar de mis tropiezos siempre me ayuda a levantar y me inspira para seguir adelante, mil gracias mamá.

Ahora quiero agradecer a ese señor que es mi ejemplo a seguir, a ese señor que me enseñó a dar mis primeros pasos, al que me ayudo a andar en bicicleta, y cuando tenía miedo siempre dejaba la luz encendida, a ese señor que no se rinde nunca, al que sigue firme, y que es blando de corazón porque por más que quiera ser duro no podrá, a ese señor que me brinda su amistad como el más fiel de los amigos, al que siempre está ahí a ti papá gracias.

También quiero dar las gracias a mis hermanos por todo el apoyo y amor que me dan, y aunque ahora tenemos diferentes caminos siempre puedo contar con ellos.

Y por último quiero agradecer a todos mis amigos, compañeros y profesores por todo su apoyo, comprensión y disposición a lo largo de mi carrera.

### **3. Resumen.**

En el presente apartado, se pretende resumir brevemente este proyecto de investigación. El propósito del mismo, es proporcionar una visión clara del trabajo realizado, de lo que se ha investigado y algunas conclusiones.

Este documento muestra las actividades realizadas en el área de proyectos corporativos, en la empresa Lighthouse Language Services, en la que se detallan problemas con respecto al del área de prospección y programa en línea para llevar un mejor control de las instituciones y empresas a las cuales se les brinda servicio.

El trabajo queda centrado en el apoyo para lograr una meta muy específica, las ventas. Primeramente, fue indispensable explicar la importancia del idioma inglés, la gran necesidad que existe de buscar instituciones externas a la educación brindada por el Estado y así finalmente, dar a conocer que, entre todas las escuelas dedicadas a la enseñanza de este idioma, la Lighthouse Language Services, es la más adecuada valorando un sinnúmero de aspectos que, gracias al trabajo desarrollado, se pudo resaltar.

En el cuerpo de este informe se puede ver claramente del proceso que se tuvo que pasar para alcanzar esta meta. Hablamos desde la elaboración de una base de datos de las escuelas dedicadas a la enseñanza del idioma, los beneficios ofrecidos, un listado de estrategias propuestas, aprobadas y aplicadas, la muestra del impacto de estas propuestas y su alcance.

Finalmente, es el informe de un proyecto puesto en acción para mejorar las ventas, desde el mejoramiento de la atención al cliente, la publicidad adecuándola a las plataformas que nos ofrecen las redes sociales, la obtención de clientes potenciales y el seguimiento de los ya existentes.

## Tabla de contenido

|  |    |
|--|----|
| CAPÍTULO 1: PRELIMINARES .....   | 2  |
| 2. Agradecimientos .....   | 2  |
| 3. Resumen .....   | 3  |
| CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO .....   | 6  |
| 5. Introducción .....  | 6  |
| 6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del<br>residente ..... | 9  |
| 6.1 Historia de Lighthouse Language Services .....   | 9  |
| 6.2 Misión .....   | 9  |
| 6.3 Visión .....   | 9  |
| 6.4 Principios de Lighthouse Language Services .....   | 10 |
| 6.5 Servicios .....  | 10 |
| 6.6 Principales Clientes de Lighthouse Language Services .....                                     | 11 |
| 7. Problemas a resolver, priorizándolos .....  | 13 |
| 7.1 Planificar estrategias .....   | 13 |
| 7.2 Contactar empresas interesadas .....   | 13 |
| 7.3 Atender Clientes .....   | 13 |
| 7.4 Control de clientes .....  | 14 |
| 7.5 Establecer conexiones .....  | 14 |
| 7.6 Reporte mensual de los avances .....   | 14 |
| 8. Justificación .....   | 15 |
| 9. Objetivos (General y Específicos) .....   | 16 |
| 9.1 Objetivos Generales .....  | 16 |
| 9.2 Objetivos Específicos .....  | 16 |
| CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO .....  | 17 |
| 10. Marco Teórico (fundamentos teóricos) .....   | 17 |
| 10.1 El inglés, una lengua internacional .....   | 17 |
| 10.2 ¿Por qué se estudia inglés? .....   | 20 |
| 10.3 Situaciones de aprendizaje .....  | 27 |
| CAPÍTULO 4: DESARROLLO .....   | 31 |
| 11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas .....                                | 31 |

|   |    |
|---|----|
| 11.1 Soluciones como respuesta a la problemática.....   | 31 |
| 11.2 Tabla comparativa de competencia en el mercado.....  | 33 |
| 11.3 Planear estrategias.....   | 34 |
| 11.4 Implementar mejoras para la atención al cliente.....   | 36 |
| 11.5 Base de datos de empresas potenciales e instituciones educativas que podrían<br>interesarse en el servicio de Lighthouse Language Services ..... | 38 |
| 11.6 Administración de clientes.....  | 39 |
| 11.7 Cronograma de actividades.....   | 43 |
| CAPÍTULO 5: RESULTADOS .....  | 45 |
| 12. Resultados .....  | 45 |
| 12.1 Elaboración de base de datos .....   | 45 |
| 12.2 Tabla comparativa de competencias .....  | 47 |
| 12.3 Capacitación de atención al cliente .....  | 48 |
| 12.4 Impacto de las estrategias aprobadas .....   | 49 |
| CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES .....  | 52 |
| 13. Conclusiones del Proyecto .....   | 52 |
| 13. Conclusions.....  | 53 |
| CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS.....   | 56 |
| 14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.....   | 56 |
| CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN .....  | 57 |
| 15. Fuentes de información .....  | 57 |
| CAPÍTULO 9: ANEXOS.....   | 59 |
| 16. Anexos .....  | 60 |
| 16. 1 Carta de autorización para la residencia profesional .....  | 60 |
| 16.2 Tabla comparativa de inglés en las escuelas de Aguascalientes.....   | 61 |
| 16.4 Base de datos de empresas potenciales .....  | 65 |
| 16.5 Plantilla de correo electrónico para contactar a clientes potenciales.....   | 67 |
| 16.6 Presentación anexada a oferta por correo.....  | 69 |
| 16.7 Flyer promocional .....  | 71 |
| 16.8 Ficha solución .....   | 72 |
| 16.9 Tabla comparativa de instituciones dedicadas a la enseñanza del inglés .....   | 74 |
| 16.10 Publicidad.....   | 76 |

## **CAPÍTULO 2: GENERALIDADES DEL PROYECTO**

### **5. Introducción**

*“Un idioma te coloca en un pasillo de por vida. Dos idiomas te abren todas las puertas del recorrido”*

*Frank Smith*

En este capítulo se pretende ofrecer un preámbulo del tema que se va a tratar. Se busca presentar de una manera muy general y resumidos, los principales puntos que serán abordados, todo con la finalidad de que se pueda dar una idea sobre el contenido de este proyecto, que conozcan el enfoque y el alcance que puede tener.

El inglés se ha vuelto un idioma indispensable en la vida de cualquier persona. No importa de qué país sea, tampoco importa que puesto o profesión ejerza, actualmente ya no basta con tan solo hablar un solo idioma o en este caso, el idioma materno.

Algo más que interesante es pensar ¿qué tanto del inglés se conoce? ¿qué tanto se domina? ¿lo que se está aprendiendo es suficiente para las exigencias sociales que actualmente se presentan? Y finalmente, ¿el método de enseñanza-aprendizaje que se tiene, es el adecuado para un dominio completo de esta lengua?

Para el logro y respuesta de las diferentes dudas que nos pueden surgir, es indispensable primeramente conocer dónde podría obtener aquellos propósitos individuales; entonces hablamos, no solo de programas de estudios, sino de instituciones dedicada al dominio del inglés.

En este caso, este proyecto está delimitado en el trabajo realizado en el periodo de residencias en la escuela Lighthouse Language Services con el propósito de dar seguimiento y fortalecer las actividades y estrategias implementadas por el área de Desarrollos Corporativos. Misma que se encarga de la promoción y ventas de los programas de estudio de la institución.

A lo largo de este documento se puede ver todo el camino recorrido, desde que se comenzó el trabajo dentro de la institución y ya integrado en el área designada. Dentro de la misma, de percatarme de la necesidad que existía en dar seguimiento a muchos leads (prospectos). Era indispensable poder actuar por medio de una acción que respondiera a esta área de oportunidad.

Es por esto que dentro de los apartados que integran este trabajo, se ve explícitamente la elaboración de un concentrado con información de distintas escuelas dedicadas a la promoción del aprendizaje del inglés, esto con la finalidad de ver en qué lugar se encontraba la Lighthouse y saber qué podía mejorar y qué otros elementos o programas debería mantener.

Muestra todas las estrategias que se tuvieron que llevar a cabo, con el propósito de mejorar la respuesta a las necesidades de los clientes, mejorando los programas de marketing, haciendo atractivo lo que se les ofrecía. Finalmente, de esta manera poder posicionar a la Lighthouse en uno de las mejores escuelas del estado. Donde, según sus características, métodos y todo lo que la compone, la debería colocar.

Cabe mencionar, que las condiciones en que se llevó a cabo el trabajo fueron complicadas, ya que lo que se realizaba ciclo a ciclo, ya no podía continuar de la misma manera. La situación cambió por lo que actualmente envuelve al mundo. Ya no podía continuar las actividades y acciones presenciales, ya no deberían asistir de forma física a la escuela, por lo tanto, los programas debían ser modificados, al igual que la oferta educativa.

Las circunstancias orillaron a llevar esta propuesta de mejora, a adecuarla a la nueva modalidad, a la nueva manera de vivir y las normas de sanidad. Ya se debía mantener una distancia, por lo tanto, los programas debían mudarse a lo online.

En general, la dinámica englobaba más allá de solo interactuar nuevamente con clientes que poco a poco se fueron descuidando, sino también mejorar el marketing, indagar en los beneficios que existía al estudiar en otras instituciones dedicadas al inglés, para poder

apropiarse de ellas; era investigar qué era lo que los clientes solicitaban, sobre todo, necesitaban.

Si nos damos cuenta, todo lo anteriormente mencionado era un trabajo global y redondo. Ninguna cosa podía mejorar sin el trabajo de la otra, de la anterior y la que posteriormente se planeaba. En fin, era en parte la base de lo que se iba a dejar establecido con la nueva normalidad. Y, sobre todo, los clientes que existían debían mantenerse y anexarse nuevos.



## **6. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área del trabajo del residente.**

### **6.1 Historia de Lighthouse Language Services**

Lighthouse Language Services es una empresa fundada en Aguascalientes, en el año 2015 con el objetivo de brindar soluciones integrales de servicios de idiomas para que nuestros clientes interactúen y se desempeñen de manera efectiva en un mundo globalizado. Contamos con amplia experiencia en servicios lingüísticos de distintos idiomas. Ofrecemos servicios relacionados con las lenguas extranjeras: cursos de lenguas extranjeras para niños, jóvenes y adultos, cursos para ejecutivos, traducción e interpretación, corrección de estilo, consultorías académicas, servicios de docencia y entrenamiento para docentes.

En Lighthouse Language Services desarrollamos nuestros alumnos las habilidades que les permitan adquirir la competencia comunicativa de una lengua extranjera para interactuar y desempeñarse de manera efectiva en un mundo globalizado. Contamos con clases para niños y adultos para aprendizaje de inglés, francés, italiano, alemán y español para extranjeros, tanto en modalidad presencial como en línea; además nuestros servicios incluyen traducción, interpretación, capacitación para docentes, asesorías y otros servicios relacionados con los idiomas.

### **6.2 Misión**

Proporcionar servicios de idiomas que faciliten la comunicación efectiva de nuestros clientes en el contexto internacional, ya sea mediante el aprendizaje de una lengua extranjera o nuestros servicios de traducción e interpretación. Nuestras instalaciones cuentan con tecnología de vanguardia, utilizando al 100% las herramientas y plataformas interactivas para una educación completa, dinámica y de fácil aprendizaje.

### **6.3 Visión**

Ser reconocidos como la marca líder en México en servicios lingüísticos, proporcionando a nuestros clientes servicios profesionales de traducción o formación en el uso de lenguas

extranjeras de forma que sean capaces de comunicarse de manera efectiva en el contexto internacional.

#### ***6.4 Principios de Lighthouse Language Services***

- Innovar y renovar la dinámica de aprender
- Factores del éxito para aumentar la motivación.
- Mayor coherencia y relación con la actualidad.
- Simplificación y mayor accesibilidad.
- Conjunto de herramientas pedagógicas que refuerzan la eficacia.
- Seguimiento y pilotaje durante toda la formación.

#### ***6.5 Servicios***

##### **Educativos**

- Cursos de idiomas
- Lighthouse en tu escuela
- Talleres de capacitación docente
- Consultorías Académicas

##### **Empresariales**

- Cursos de Inglés Técnico (ESP)
- Evaluación de idiomas

- Traducción
- Interpretación

## **Otros**

- Certificaciones
- Diplomados
- Intercambios Académicos
- Tramite Visa (New)

### ***6.6 Principales Clientes de Lighthouse Language Services***

- IEA
- UJED
- SIGSA
- SEDEC
- KOBELCO
- GEJA
- NICOMETAL
- MARUCHIMEX
- LA HUERTA

- YASAKI
- ITPA
- UNIVERCIDAD AUTONOMA DE AGUASCALIENTES
- ULA
- UNIVERCIDAD CUAUHEMOC
- KT MEX
- DESCUBRE
- CIATEO
- ARROWHEAD

## ***7. Problemas a resolver, priorizándolos.***

La situación por la que actualmente estamos viviendo es muy lamentable para todas las empresas ya que en su mayoría estas están despidiendo empleados. El confinamiento impuesto por la crisis de la COVID-19 nos obliga a reorganizarnos. La solución a este problema consiste en la utilización nuevas estrategias que permitan seguir con el aprendizaje desde tu hogar u oficina de trabajo mediante cualquier dispositivo móvil mediante una aplicación muy práctica. uno de los objetivos fundamentales consistirá en proponer una serie de alternativas que solucionen este tipo de problemas dentro de la empresa.

A continuación, se enlistan los problemas encontrados en Lighthouse Language Service.

### ***7.1 Planificar estrategias***

No existen estrategias que puedan implementarse como acciones para realizar una mejora. No se tienen ideas competitivas, es decir medidas más específicas que ayuden a brindar un mejor servicio a los clientes, debido a que no cuentan con nadie que pueda crearlas y ejecutarlas.

### ***7.2 Contactar empresas interesadas***

No se tiene un control sobre las empresas interesadas en los cursos de Lighthouse Language Service, ya que no se les da seguimiento adecuado cuando solicitan información, el problema es que luego se pierden los correos, y no se tiene un orden o una base donde se pueda contactar para brindarles los servicios.

### ***7.3 Atender Clientes***

La problemática es la atención al cliente, no se le está atendiendo de una manera adecuada, esto ocasiona que algunos de ellos se cambien de institución. En la mayoría de las ocasiones no se les aclaran las dudas cada que piden información.

#### ***7.4 Control de clientes***

No se lleva un buen control sobre los clientes, no contamos con una base de datos actualizada donde se pueda llevar un mejor manejo de cada empresa y cliente que se tenga, en algunas veces se pierde la información sin tener respaldo alguno.

#### ***7.5 Establecer conexiones***

Se quiere realizar un mejor entorno de comunicación y empatía con los clientes, solo que no se tiene una estrategia definida para poder conseguirlo y así hacerle saber a nuestros clientes que atendemos sus problemas y necesidades.

#### ***7.6 Reporte mensual de los avances***

No se lleva un manejo de lo que se realiza mes a mes dentro de Lighthouse Language Services, la problemática es que no contamos con un reporte mensual en donde señale las acciones generadas en el mes.

## **8. Justificación**

Lighthouse Language Services es una empresa fundada en Aguascalientes, en el año 2015 con el objetivo de brindar soluciones integrales de servicios de idiomas para que nuestros clientes interactúen y se desempeñen de manera efectiva en un mundo globalizado. Es por eso que se considera de gran importancia dar seguimiento a las empresas que estén interesadas en la nueva plataforma de 7Speaking.

Como parte del proceso contactarlos para proporcionar toda la información referente de cómo funciona la plataforma con la que estamos trabajando y así concretar citas para una explicación más a detalles. Realizar una demostración de cómo se maneja nuestra plataforma, además llevar el control de las empresas que ya cuentan con la plataforma 7Speaking, seguir promoviendo 7Speaking como la mejor plataforma de aprendizaje de idiomas en México.

Estar informando los avances realizados a las oficinas principales que se encuentran en Madrid España, ya que 7speakin es una plataforma internacional de la cual me toco ser parte del equipo de trabajo en México.

La razón por la que estoy realizando este proyecto es porque estoy liberando mis residencias profesionales para poder titularme como ingeniero en gestión empresarial.

## **9. Objetivos (General y Específicos)**

### **9.1 Objetivos Generales**

- Entrega oportuna y eficiente de resultados, indicando los avances de mejora a través de las diferentes técnicas de implementaciones.
- Desarrollar necesidades básicas para el trato diario de nuestros clientes.

### **9.2 Objetivos Específicos**

- Planificar estrategias
- Contactar empresas interesadas
- Atender Clientes
- Control de clientes
- Establecer conexiones
- Reporte mensual de los avances



## **CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO**

### **10. Marco Teórico (fundamentos teóricos).**

En el siguiente capítulo, se aborda todo lo referente a los antecedentes del tema, las investigaciones o datos que ya existen o previas y consideraciones teóricas en las que se sustenta el siguiente proyecto. De igual manera, permite hacer un breve análisis de las posibles metas y los propósitos; asimismo, permite conocer a grandes rasgos los conceptos más relevantes y la temática en que se pretende profundizar.

#### **10.1 El inglés, una lengua internacional.**

Actualmente, el idioma inglés es reconocido como la lengua internacional, esto quiere decir que, es la más hablada alrededor del mundo, ya que cuenta con un mayor número de hablantes. De hecho, su conocimiento supone casi una condición indispensable para el éxito profesional (Fishman, 2002). Richards et al. (1992: 187) definen lengua internacional como "a language in widespread use as a Foreign Language or Second Language, i.e. as a language of international communication" y ejemplifican la definición con el inglés como la lengua internacional más utilizada.

Hablando específicamente de cifras, en el mundo, 1.500 millones de personas hablan inglés, de las cuales solo 375 millones son hablantes nativos (Tatista, 2020). En general, nos damos cuenta que gran porcentaje son personas que lo hablan desde el nacimiento. Sin embargo, por la gran necesidad comercial y educativa, en una reciente entrevista, Halliday (Lam Kam-Mei y Halliday, 2002) comenta que el término "lengua internacional" puede tener varios sentidos. Además de su significado original de lengua artificial, una lengua internacional puede haber sido en origen una lengua regional que, en un momento determinado, se convierte en la más hablada o en vehículo de comunicación global.

Según Halliday, en un mundo como el actual en el que la economía ha pasado de estar basada en productos y servicios a ser una de la información, la lengua vehículo de dicha información, el inglés, es la que se ha convertido en lengua internacional, tomando en

cuenta la importancia del idioma y la relación que establece con el comercio, la información y la comunicación, nos damos cuenta del gran valor que significa.

Aparte de ser una de las lenguas maternas que cuentan con un mayor número de hablantes (Broughton et al., 1980; Alcaraz Varó, 2000), diversas razones político-históricas han hecho que muchos países hayan adoptado el inglés como lengua materna o como segunda lengua (Broughton et al., 1980; González Davies y Celaya Villanueva, 1992; Alcaraz Varó, 2000). El rápido desarrollo tecnológico de los países de habla inglesa, destacando los Estados Unidos, han jugado un importante papel en su condición de medio de comunicación internacional o lengua franca (Graddol, 1997).

Pero no sólo en los países de habla inglesa sino en todo el mundo, los ámbitos tecnológico y comercial, han experimentado una evolución muy rápida y el inglés se ha convertido en la lengua franca indispensable para la comunicación en los sectores científico y empresarial (Graddol, 1997; Alcaraz Varó, 2000; Kindelán Echevarría, 2001; Broca Fernández y Escobar Montero, 2002; Palmer Silveira, en prensa).

También la prensa, televisión, cine y literatura en lengua inglesa, están al alcance de casi todos los países del mundo, y la mayor parte de los estudios científico-tecnológicos mundiales están escritos en inglés. No en vano, Flowerdew y Peacock (2001) afirman que, "the international language of research and academic publication is English". Según Alcaraz Varó (2000), "en la mayor parte de las distintas especialidades, las publicaciones de revistas en lengua inglesa son las de mayor prestigio y difusión internacional"(15).

No debemos olvidar que a menudo, es el inglés la única herramienta disponible para acceder al mundo del conocimiento y la investigación (Alcaraz Varó, 2000; Flowerdew y Peacock, 2001). Con todo ello, además de ser la primera lengua en diversos países con cierta influencia mundial debido a su poder económico (Flowerdew y Peacock, 2001), no es de extrañar que en muchos otros países el inglés sea una segunda lengua y se aprenda como lengua extranjera en la mayor parte del mundo (González Davies y Celaya Villanueva, 1992).

Continuando con la idea mencionada anteriormente, en nuestro país se ha adoptado como segunda lengua el inglés, estableciendo reformas educativas que hagan de este idioma una obligación dentro de las instituciones del saber y de igual manera, ser un requisito innegable para poder concluir una carrera profesional. Tan importante se ha vuelto que, existen instituciones completas que ha cambiado su modalidad para convertirse en bilingües.

Hablar del inglés es hablar del idioma universal por antonomasia, el idioma más empleado a la hora de realizar comunicaciones internacionales, sobre todo en el importante mundo de las transacciones comerciales y las finanzas. Hablamos de la lengua oficial de numerosos países, entidades gubernamentales y organismos internacionales tales como las Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) o la Unión Europea, entre otros. La realidad es que la lengua inglesa es ampliamente hablada en numerosos puntos del planeta.

Tendremos acceso a una mayor cantidad de libros, publicaciones e información en general que se publica masivamente en este idioma universal. Con el inglés podremos conocer toda la información más actual y hacerlo de una manera más completa, hablamos de las investigaciones más recientes, de artículos científicos o divulgativos, toda clase de publicaciones de tipo académico, tecnológico o científico que se escriben mayoritariamente en inglés. Por no hablar de que, más de la mitad de los sitios web que se encuentran en la Red, están escritos en este mismo idioma.

El inglés es el idioma de la comunicación internacional, del comercio y las finanzas. Es una lengua franca en muchos rincones del planeta y el idioma oficial de muchas Organizaciones Internacionales como las que se mencionan anteriormente, es la lengua predeterminada en muchas plataformas de internet y aplicaciones. Esto se debe a razones históricas y políticas, debido a la importancia que tuvo el Imperio Británico en el pasado, cuando extendió su lengua por todos los continentes, y a la importancia como potencia actual de Estados Unidos.

El dominio de esta segunda lengua, según Cronquist y Fiszbeinse (2017), se ha vuelto un tema de controversia y estrategia tanto en políticas de economía, comercio y educativas, para la comunicación local e internacional de un país y su crecimiento. El interés que existe por aprender este idioma ha ido aumentando en toda América Latina. Se ha esforzado en gran manera por crear programas y reformas educativas para lograr dichas metas. Estos movimientos han permitido que en esta región se tenga un mayor acceso al aprendizaje del mismo.

### ***10.2 ¿Por qué se estudia inglés?***

El inglés se ha convertido en el idioma universal siendo el más hablado en el mundo. Por este motivo, miles de personas deciden estudiarlo como segundo idioma ya que, poseer un buen conocimiento y entendimiento de este, solo te traerá ventajas tanto a nivel personal como profesional. Hablar inglés te permitirá comprender otras culturas y estilos de vida. Podrás conocer gente nueva alrededor del mundo, entender sus hábitos y costumbres. Además, nos ayudará a notar mejor nuestra propia cultura, nuestras costumbres y nuestro idioma.

El inglés es el idioma más aprendido como segunda lengua, eso nos dice que no es tan difícil como se piensa. Por tal motivo, se debe perder el temor a dar el primer paso y avanzar firme hacia una meta. Aprendiendo inglés, se pueden superar los miedos y aumentar la confianza en sí mismo. Estudiar inglés permitirá que una persona se pueda expresar frente a otros de forma fluida, explicando sus ideas sin tropiezos, con orden y claridad. Es decir, aprendiendo el idioma también potenciamos otras habilidades como la creatividad, el razonamiento, la resolución de problemas, etc.

Si tenemos en cuenta los resultados de las investigaciones, no se puede negar que el aprendizaje de este idioma, tiene profundos efectos positivos en nosotros, que van más allá del de hacer parecer más atractivos nuestros Curriculum vitae durante una entrevista de trabajo. Ya no puede ser visto como se solía, ahora es la realidad, es la nueva modalidad.

### **10.2.1 El inglés como una necesidad social.**

En la actualidad, el inglés es el idioma más exigido en las compañías y empresas, es por esto que se convirtió en la principal herramienta para ampliar las metas profesionales y personales. En cuanto domines el idioma, tendrás acceso a más y mejores oportunidades laborales.

También es un idioma muy importante para mejorar el acceso a la educación. Nos permitirá, no sólo estudiar en el extranjero, sino también acceder a información académica como ensayos y textos científicos publicados en inglés. Es el idioma universal y esto se convierte en una razón importante a la hora de comenzar un curso de inglés. Podrás comunicarte sin barreras y en diferentes ámbitos, desde el comercio y las finanzas hasta el ocio, la religión y la cultura.

Hablar inglés te permitirá conocer otras culturas y estilos de vida. Podrás conocer gente nueva alrededor del mundo, comprender sus hábitos y costumbres. Además, tener un mayor nos ayudará a entender mejor nuestra propia cultura, nuestras costumbres y nuestro idioma. Experiencias enriquecedoras como estas te harán conocerte mejor y crecer como persona.

Dejando de lado la exigencia social, olvidando un momento las exigencias académicas estipuladas por las instituciones educativas que rigen nuestro país, existen más razones por las cuales se puede estudiar inglés. Estudios Profesionales en inglés, nos muestran dichos motivos, quizá algunos podrían incluso parecernos obvios. Sin embargo, son tan comunes que nos olvidamos de ellos. Igualmente, el estudio del inglés se debe ver así, un hecho común, por razones tan obvias que no se vea como algo aislado. Véase figura 1.

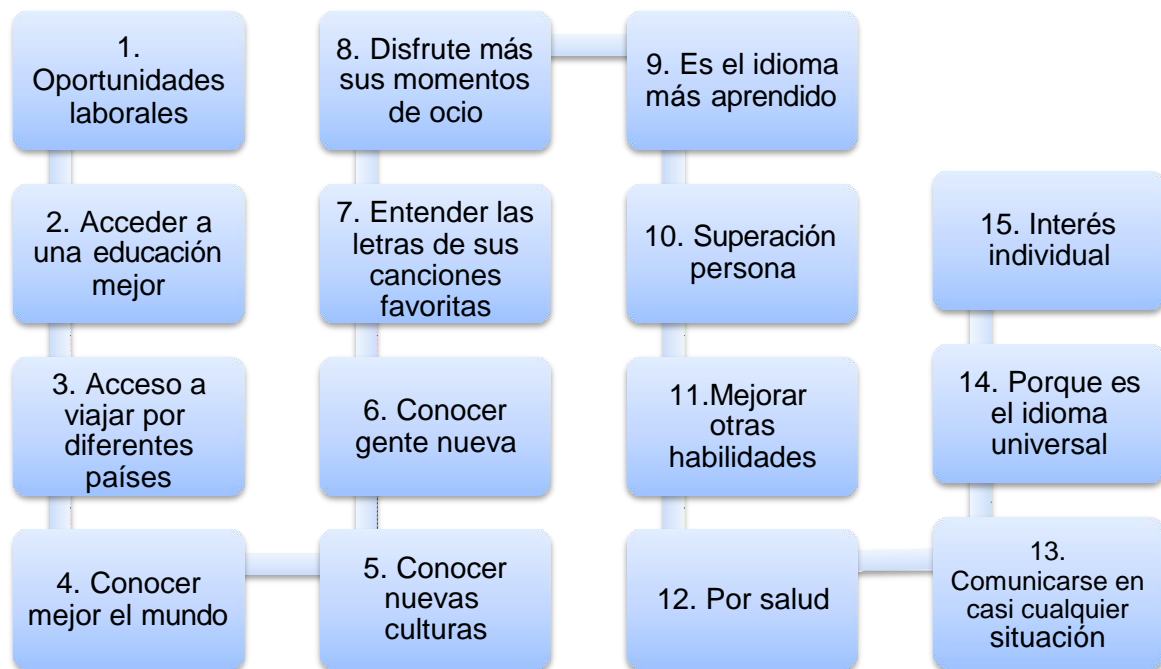


Figura 1. 15 razones para aprender inglés. (creación propia, basado en Estudios Profesionales en inglés, 2020)

### 10.2.2 El inglés, una respuesta a los propósitos personales.

No hay mejor excusa para comenzar un curso de inglés, que el planear unas vacaciones con fines personales, esas que se quieren pasar con las personas queridas para disfrutar. Todo esto se puede lograr cuando se tenga la certeza de que se podrá comunicar con eficiencia en el lugar de destino donde se desee pasar estos días tan especiales.

Saber expresarse en inglés, te permitirá viajar por todo el mundo. Es la llave de la comunicación que abre la puerta en diversos países. Además, aprender sobre gramática, vocabulario y las expresiones más utilizadas, facilitan nuestra estancia en cualquier destino; conoceremos nuevos lugares, personas y culturas. Además, podremos apreciar el uso del idioma en la vida cotidiana, sus acentos y entonaciones.

Continuando con el tema de los acentos y entonaciones, el poder viajar a diversas naciones que tienen al inglés como lengua materna, permite apreciar las diferencias que existen según la región, nivel social o grupos sociales. Es enriquecedor conocer los dialectos que se marcan en este idioma. Más que hacerlo por una lección de algún curso, hacerlo por curiosidad y solo un placer individual. Según Sprachcaffe:

"Los dos dialectos de inglés más conocidos son el americano y el británico, este último denominado también Oxford English por ser el inglés que se enseña en la Universidad de Oxford. Estas dos variaciones de inglés se expanden de forma creciente, ya que son los que se enseñan como lengua extranjera en medio mundo y están apoyados en la difusión que le brindan los medios de comunicación angloparlantes". (Sprachcaffe, 2017)

Dominar el idioma inglés, te da acceso al amplio abanico de posibilidades que te ofrece la cultura anglosajona en cuestiones artísticas y de entretenimiento en general. Empezando por el particular humor británico, del que podrás disfrutar a través de numerosas series y programas de televisión, películas o libros, a los cuales podrás acudir en su versión original, sin necesidad de traducciones ni subtítulos, evitando perderte dobles sentidos, juegos de palabras, metáforas, bromas o chistes ingeniosos que sólo tienen sentido en el idioma original.

La literatura, el cine, el teatro, la música y la cultura en general, adquiere mayor riqueza cuando la disfrutamos en su idioma original, apreciamos todos los matices, todos los detalles que hacen grande a una película o a una obra de teatro, incluyendo los acentos de los personajes, la peculiar voz original de algunos actores que nos perdemos con los doblajes; podrás leer clásicos de la literatura en su versión original, sin miedo a interpretaciones erróneas que a veces cometen los traductores; entenderás las letras de las canciones cantadas en inglés sin necesidad de traducciones externas; comprenderás mejor los argumentos de las películas o los guiones de los espectaculares videojuegos actuales. Tú pones el límite, cuanto más alto sea tu nivel de inglés, más desafíos podrás completar.

Finalmente, la verdadera razón para estudiar inglés, no se delimita a algo específico. Actualmente se ha vuelto una realidad social que involucra a todo miembro de la sociedad. Si es para el acceso a una mejor educación, como se menciona anteriormente, o si es para mejores oportunidades de trabajo, se tenga o no una carrera profesional. El inglés, representa un cambio, nuevas metas a cumplir, el diseño y fijación de nuevos objetivos, todo con un solo propósito, ser siempre mejores.

### **10.2.3 El inglés, la llave a una mejor vida laboral.**

Sin duda alguna, dominar el inglés es fundamental para tener más posibilidades de encontrar un buen trabajo. Si entre nuestros conocimientos se encuentra el dominio de este importante idioma, se nos considerará candidatos mejor preparados y accederemos más fácilmente a puestos de más relevancia dentro de cualquier empresa, no solo esto, sino que seremos idóneos para la situación que se nos plantee.

El incremento de nuestras oportunidades laborales es espectacular en el momento que dominamos un idioma de la importancia del inglés, puesto que tendremos acceso a todo tipo de empresas multinacionales o aquellas que se mueven en entornos internacionales, en los que los trabajadores son de distinta nacionalidad y el idioma inglés es el elegido para comunicarse los unos con los otros.

Lo mencionado anteriormente, también incluye los organismos gubernamentales y las administraciones del estado, concediéndonos una parte importante de nuestros méritos en cualquier proceso de selección del tipo concurso-oposición. No importa en qué sector te muevas, en general, el inglés siempre te aporta ventajas con respecto a otros candidatos que no dominan este idioma, proporcionándote un mayor número de posibilidades de promoción interna dentro de cualquier empresa, así como a la hora de tener acceso a mejores puestos de trabajo.

La vida adulta, nos muestra que tengas o no un título universitario, para cualquier trabajo, es indispensable el inglés. Si un obrero, busca ascender de puesto, que por obvias razones es la meta de cualquiera, le van a solicitar este idioma. En cambio, si un profesional también quiere un ascenso, es más que obligatorio que domine dicho



idioma, sin importar qué área es la que le corresponde, siempre será necesaria la interacción con otros países, ya sea por comercio, educación, entre otros.

#### **10.2.4 El inglés, como oportunidad educativa.**

Hablando de las oportunidades, no solo a las personas adultas les debería interesar este tema. El dominio de una segunda lengua, en este caso, una universal como lo es el inglés, es la llave maestra para los estudiantes que busquen ingresar u obtener una mejor educación ¿no es el sueño de todo educando, poder ingresar en las mejores escuelas? ¿poder becarse quizá en algún instituto del extranjero? Para poder llevar a cabo estos sueños, cada aspirante a ellos, solo debe cumplir varios requisitos, y entre ellos es el dominio de esta lengua.

Pensar tan solo en la idea de poder ser participante de intercambio internacional, implica nuevos retos y el fortalecimiento de las distintas competencias y habilidades que posee un estudiante, por ende, este no puede solo conformarse con la educación que se oferta en escuelas de educación públicas. Implica exigencias extras por parte de la persona interesada. Es en este momento, cuando se presenta esta urgencia, que se puede apreciar la cantidad de bondades que tiene la educación en instituciones externas.

No obstante, los resultados evaluativos y la interacción que se ha tenido con el extranjero, nos ha demostrado que el dominio es muy bajo. El sistema educativo, no está formando, en los estudiantes, las habilidades y competencias al nivel que se les solicita a ellos o al profesionista. Las aspiraciones bajan, debido a que no se cuenta con la capacidad de respuesta. Entre más herramientas y competencias presenten, mejores o mayores aspiraciones tienen “El Aprendizaje del inglés en México, indica que los jóvenes que buscan empleo y no saben ese idioma obtienen trabajos con salarios más bajos, mientras que esa herramienta les da más ventajas salariales a quienes sí lo dominan” (Excélsior, 2015).

#### **10.2.5 El inglés, como una oportunidad de comunicación y relación.**

Al aprender otro idioma mejoramos nuestra capacidad comunicativa en general, no sólo podremos relacionarnos con los demás de una manera más fluida al utilizarlo, sino

que incrementaremos nuestra agilidad mental y conseguiremos exponer cualquier idea que queramos transmitir de una manera más clara y ordenada, independientemente del idioma que estemos utilizando.

Al obligarnos a dominar un nuevo idioma, las capacidades y habilidades que adquirimos al comunicarnos con un público nativo distinto al nuestro, harán que mejoremos intelectualmente y tengamos mayor capacidad de asimilación y aprendizaje, entendiendo e interiorizando más rápidamente las ideas y respuestas que nos transmiten otros, o que percibimos a través de los medios de comunicación (televisión, radio, prensa escrita, internet), la literatura u otro tipo de publicaciones.

Encaminados por la idea anteriormente presentada, el poder hablar y escribir en inglés, se ha ido mejorando, ha evolucionado a tal grado que ya no basta solo traducir o mínimamente, poder entender lo que un segundo emisor quiere expresar. Se busca que los individuos puedan comprender y reflexionar sobre el lenguaje. Por ello, no puede estar estancada la manera en que se aprende. Se busca tener nuevos métodos, en instituciones de alcances de talla internacional, con relaciones políticas y sociales mucho más amplias, para que de este modo exista mayor alcance.

Además, es importante reconocer que el aprender un idioma, no solo implica cuestiones de vocabulario, gramática o semántica. Actualmente, el aprender una segunda lengua engloba la expresión de emociones y sentimientos, poder transmitir a través del lenguaje, sentimientos y todo aquello que se busque compartir. Por tal motivo, implica un esfuerzo mayor al que normalmente se conoce.

#### **10.2.6 El inglés, para fortalecer la autoestima**

Aprender inglés no solo se trata de un tema meramente académico, también influye en la autoestima de una persona es más fácil de lo que piensa y el orgullo que sentirá cuando lo haya hecho es indescriptible. A medida que vayan aumentando sus conocimientos y vocabulario; cada vez que note que entiende mejor, su confianza en sí mismo también irá aumentando.

Cada persona tiene diferentes intereses en la vida y de acuerdo a esos intereses las motivaciones de aprender inglés son diferentes. En general, las personas quieren tener la posibilidad de viajar, conocer lugares nuevos y personas nuevas y no solo eso, también quieren destacar en su trabajo, estudios y círculo social. No importa cuál sea la razón que lleva a una persona a buscar conocer y dominar otro idioma, lo importante es la decisión que se tome, la acción inmediata que se lleve a cabo para cumplir con una meta.

### ***10.3 Situaciones de aprendizaje.***

Sabemos que, si una persona comienza a aprender un idioma desde su primera infancia, lo adquirirá como su segunda lengua. Sin embargo, también observamos que entre mayor se es, más difícil es aprenderlo. Una de las teorías más conocidas acerca del desarrollo de la capacidad de aprendizaje de los niños es la de Piaget (1961); ésta sostiene que la infancia se transita en etapas definidas, acordes con el intelecto y la capacidad de percibir de los niños. Afirma que el principio de la lógica se desarrolla antes de adquirir el lenguaje a través de la actividad sensorio-motriz del bebé, en interrelación e interacción con el medio sociocultural, lo que Vygotsky (2010) denominó "mediación cultural".

Este autor explica que, desde el nacimiento hasta los dos años de edad, el niño ejerce control para obtener y organizar todas sus experiencias del mundo exterior: sigue con los ojos, explora con ellos, voltea la cabeza; con sus manos toca, aferra, suelta, avienta, empuja; con la boca explora los sabores y texturas; mueve su cuerpo y extremidades. Es por ello, que aprender desde esta etapa del desarrollo, facilita el proceso de comprensión, ya que asocian lo que ven con un saber. Esto le proporciona experiencias que se integran en esquemas psíquicos o modelos acuñados.

La acuñación suele ser más profunda cuando el niño se encuentra con una experiencia intensa e interesante que lo invita a repetirla continuamente, o en intervalos. Piaget (1961) llamó a este proceso asimilación o estimulación temprana. Tanto Piaget como Vygotsky sostienen que éste es el proceso de aprendizaje y crecimiento más importante del ser humano, que continuará por el resto de la vida. Asimismo, esa experiencia tan

significativa, combinándola con un conocimiento, se convierte en un aprendizaje significativo.

Lindstrom (2001) argumenta que, una de las principales capacidades que tenemos los seres humanos para comunicarnos es el lenguaje. Su desarrollo implica un proceso complicado e involucra esencialmente los sentidos de la vista y el oído. Las nuevas teorías lingüísticas para la enseñanza del idioma inglés a temprana edad, están retomando la conciencia fonológica como una herramienta que abona, primero, a los conocimientos de los docentes, y luego al proceso de enseñanza-aprendizaje de la lecto-escritura en la adquisición de otra lengua.

La conciencia fonológica se define como la habilidad que posibilita a los niños a reconocer, identificar, deslindar, manipular deliberadamente y actuar con los sonidos o fonemas que componen las palabras. Los niños no la adquieren en forma espontánea; ésta debe aprenderse y su desarrollo resulta imprescindible antes de que inicie la enseñanza gráfica del alfabeto. Esto corrobora que a medida que aumenta la reflexión de la lengua, la ansiedad se reduce. Por tal motivo, muchas estrategias para la enseñanza del idioma, gira entorno a la experiencia oral que se pueda tener con este idioma.

### **10.3.1 El inglés, potencializa las competencias.**

Está demostrado que aprender una nueva lengua produce una serie de estímulos en el cerebro que incrementan nuestra capacidad de concentración y mejoran otras habilidades relacionadas con distintas áreas del cerebro que son las que nos permiten ser creativos, razonar, resolver problemas, por poner sólo un pequeño ejemplo. En realidad, crea un gran reto intelectual que refresca los procesos cerebrales. La Academia Americana de Neurología ha afirmado que “hablar más de un idioma aumenta las vías nerviosas del cerebro, facilitando el procesamiento de información a través de diferentes canales”.

### 10.3.2 ¿Se aprende o se adquiere un idioma?

Antes de continuar conociendo un poco más sobre las bondades que tiene el hablar una segunda lengua. Es indispensable identificar qué es lo que se está trabajando. Es que, ¿acaso se está aprendiendo o adquiriendo un segundo idioma? Una revista de Costa Rica, preocupados por la situación que envolvía a sus estudiantes y futuros profesionistas, veía increíble cómo es que universitarios no cumplían con el nivel de inglés solicitado, y en su defecto, mencionaba que los docentes que impartían dicha asignatura no estaban capacitados para poder ofrecerla.

Es importante poder ver la gran área de oportunidad, que no solo involucra a Costa Rica y México, esta urgencia se ha vuelto nivel global. Por ello, nuestra institución, tiene la oportunidad de poder contrastar la situación que se vive en diferentes naciones. Permite poder hacer una comparación en programas aplicados y estrategias funcionales, poder identificar cuáles fueron los resultados y concluir.

Una de las situaciones que nos une como naciones, es que, en el sistema de educación impartido por el Estado, la enseñanza del inglés no es suficiente según lo que se nos solicita. Los educadores, no tienen el conocimiento, las habilidades y el dominio para enseñar este idioma tan indispensable. Entonces, si los docentes federales no pueden suplir esta solicitud, es responsabilidad de los solicitantes buscar otras alternativas, en este caso vemos la importancia de las escuelas o instituciones externas o privadas.

Asimismo, dentro de las escuelas e instituciones dedicadas al estudio y enseñanza de este idioma, encontramos grandes diferencias, similitudes y oportunidades. Pero, solo una vez que indagamos en encontrar lo que se menciona anteriormente, podremos tomar una decisión correcta sobre dónde estudiar y aprender este idioma. Por tal motivo, el reto nuevamente se abre para siempre buscar la mejor solución.

Existe un sin número de motivos que nos pueden llevar a seleccionar o no una institución. Hablamos de analizar los programas de estudio, las oportunidades y

metodologías de estudio, las condiciones económicas, las modalidades e incluso, podríamos hablar desde la manera en que se dirigen con los clientes, no solo desde la venta, sino también en la manera de relacionarse durante la aplicación.

Como escuela, la Lighthouse Language Services, junto a la participación de Proyectos Corporativos, se ha propuesto cumplir o suplir cada una de estas áreas, tomando como referencia el desempeño dentro de la competencia con las otras escuelas. Y a partir de aquí, surge el comienzo del trabajo a desarrollar en el periodo de residencias.

## CAPÍTULO 4: DESARROLLO

### ***11. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.***

A continuación, veremos los puntos más relevantes de la metodología y desarrollo del proyecto, en que se muestran técnicas usadas en la venta, atención al cliente, estrategias, mejoras, así como algunos aspectos generales que se implementaron con la finalidad de obtener mejores resultados para posicionarnos entre las mejores escuelas de aprendizaje del idioma inglés y así promocionar la plataforma 7Speaking.

El procedimiento de estrategias y mejoras para Lighthouse Language Services empieza con un análisis de lo que se realizara para implementar la mejoría. Primero se debe de conocer el producto, en este caso conocer Lighthouse Language Services, esto es esencial, ya que de aquí es donde se partió para realizar el proyecto.

Este proyecto consiste en brindar mejoras para la venta de los cursos del idioma inglés y crear estrategias válidas para la atención al cliente. Una meta es realizar alguna venta a empresas que estén interesadas en algún curso de aprendizaje o en la plataforma der 7speaking, debido a las circunstancias sanitarias por las que actualmente estamos viviendo, no se realizó venta alguna a empresas, ya que por el momento no se encuentran interesadas en que su personal tome algún curso de aprendizaje, esto debido a que no están trabajando al 100% pues mucho de su personal está laborando desde su hogar.

#### ***11.1 Soluciones como respuesta a la problemática***

Realizar nuevas estrategias innovadoras para que los clientes conozcan sus productos y servicios, incluida la publicidad, las tácticas de venta, las promociones y el marketing directo. En general, estos se conocen como tácticas de comercialización.

Contactar empresas por medio de llamadas o correos electrónicos que se encuentren interesadas en plataforma online de aprendizaje de idiomas (inglés, francés, español,

alemán, italiano, del nivel A1 hasta C2) para conocer sus necesidades y brindarles más información mediante una cita.

Brindar información acerca de los cursos de inglés en sus diferentes modalidades y Darles a conocer la plataforma online de aprendizaje de idiomas (inglés, francés, español, alemán, italiano, del nivel A1 hasta C2) mediante una demo de 5 días, incluyendo los beneficios e importancia que tiene el aprendizaje del idioma inglés.

Dar seguimiento potencial y efectivo a los clientes ya que cada uno tiene su debida importancia si queremos tener el control en tus ventas y efectuar seguimientos productivos en nuestros prospectos clientes para posibles renovaciones. Actualizar la base de datos los clientes, darles atención a los ya establecidos en Lighthouse Language Services y mientras intentar encontrar nuevos clientes, y asegúrese de que la estrategia de mercadeo también nos permite mantener relaciones con los clientes actuales. Resolver todas sus dudas además de estar al pendiente de sus quejas cuando este sea el caso.

Se desea cumplir con lo que se le prometió al cliente, es darle su valor requerido y crear una mejor empatía todo es necesario para crear un mejor entorno, esto les hace saber que atendemos todos sus problemas, dudas y aclaraciones. Adicionar garantías que respalden el aprendizaje del idioma.

Realizar reporte mensual con los avances de las estrategias implementadas, identificando las mejoras de cada una, además de llevar el control de cada uno de los clientes.



## **11.2 Tabla comparativa de competencia en el mercado**

Se realiza una investigación de la competencia, con el objetivo de crear una tabla comparativa para detectar las variables y diferencias que se tienen en cada una de ellas, y así evaluar al competidor más a fondo. Lo conveniente es profundizar un poco para identificar bien a la competencia más reseñable, sobre todo para conocer nuestras fortalezas y características ante la competencia.

La tabla comparativa que se muestra en seguida, contiene información recabada de las escuelas que promueven el inglés y otros idiomas. En cada una de las escuelas se solicitó información sobre los métodos de enseñanza, precios, certificaciones, horarios, enlaces con estándares, servicios adicionales, tipos de cursos y plataformas entre otras.

Es importante resaltar que, en la tabla comparativa sobre las escuelas de inglés en Aguascalientes, que se elaboró como respuesta a una de las necesidades, se muestran los puntos más relevantes de cada escuela de idiomas, con el fin de comparar no solo los precios sino también los métodos de enseñanza, certificaciones, tipos de clases etc. Es de consideración comparar ya que esto nos ayuda a tener una mejor organización que nos abra las puertas a poder tener más y mejores decisiones. Véase anexo 2

Como se puede observar en la tabla comparativa mencionada en el párrafo anterior, Lighthouse Language Services se posiciona como una de las mejores escuelas del idioma de aprendizaje de inglés, esta cuenta con muchísimos más beneficios que otras, se adapta a las necesidades de las personas y es muy accesible para cualquier curso que se desee tomar. Se basa en un enfoque comunicativo y situacional utilizando exclusivamente la Lengua meta (L2) durante la clase, lo que motiva a los alumnos a obtener logros e independencia en el idioma objetivo, de manera efectiva, práctica y dinámica, lo que asegura un aprendizaje significativo y por ende perdurable.

El motivo de su elaboración es para comparar a Lighthouse Language Services entre la competencia de su mercado, ya que en la actualidad contamos con más de 10 escuelas del idioma inglés en la región, esto es para observar cual tiene más y mejores beneficios dentro del aprendizaje del idioma y así poder identificar las variables de cada una de ellas.

### **11.3 Planear estrategias**

Se crean estrategias nuevas e innovadoras que cuenten con más y mejores servicios. A continuación, veremos algunas ideas que pueden ser de vital importancia para asegurar la permanencia de nuestros clientes y a la vez atraer nuevos.

Las estrategias surgen porque las acciones tomadas anteriormente no suplían las necesidades de venta. Se debían mejorar las existentes y añadir nuevas que dieran respuesta para mantener a los clientes actuales y atraer nuevos. Una buena comunicación reforzará la satisfacción de los clientes, les crea un sentido de pertenencia, ya que cuando el cliente se siente conforme con el servicio es porque se realizan buenas estrategias.

Estrategias es planear una mejora de actuar sobre lo que se desea establecer, ¿cómo se hará?, ¿cuándo se llevará a cabo?, ¿quién puede hacerlo y como se controlará?, así mismo orienta las actividades y los esfuerzos para lograr los propósitos determinados. La importancia de la planeación radica en que da orden y coherencia a los esfuerzos que realiza una empresa, así mismo orienta las acciones que se han determinado.

Planear estratégica cuenta con varias características tales como:

- Constituye un factor de éxito o fracaso para la empresa.
- Orienta las acciones y esfuerzos para que se logren los objetivos.
- Es un medio que contribuye a que se puedan lograr los propósitos de la organización.
- Debe ser congruente con los valores de la empresa y con el medio ambiente en el que se desenvuelve la organización.
- Define las medidas que piensa seguir una empresa a corto, mediano y largo plazo.

- Es un medio que apoya al desarrollo total o parcial de la empresa.

Estrategias es encontrar acciones bien planeadas que permitan realizar actividades en la empresa, puede ser en plazos cortos o largos. Solo puede desarrollarse si los propósitos establecidos se cumplen.

Desarrollo de algunas estrategias que se pueden implementar en Lighthouse Language Services para obtener un mayor interés por parte de los clientes potenciales.

- Presupuestos destinados para Marketing digital (publicidad)
- Crear un blog corporativo
- Mejorar las apps de aprendizaje
- Cambiar el diseño de Lighthouse Language Services (logotipo)
- Nuevos servicios (aplicación del examen TOEFL)
- Uso de testimonios (incluirlos en las páginas)
- Video institucional
- Fidelizar a los clientes
- Mejorar los precios

Estas son algunas de las propuestas que se pueden aplicar en Lighthouse Language Services, como pudimos observar cada uno de los puntos es de suma importancia, aún no se han ejecutado, pero se tienen en cuenta para futuras opciones por parte de la directiva.

Tomemos en cuenta que varias de estas opciones se han ejecutado algunas empresas a lo largo de los últimos años, en otras ya se ha puesto en marcha, esto con tal de obtener mejores resultados y ser más comerciantes.

### **11.3.1 Importancia de implementar estrategias**

Implementando alguna de estas estrategias no solo podemos ser más competitivos, también podemos obtener mayor rentabilidad, y así fortalecer y consolidar a Lighthouse Language Services como una de las mejores escuelas de aprendizaje en el futuro, además podrá crecer y expandirse en el resto de la república y sobre todo generar confianza al cliente.

### **11.4 Implementar mejoras para la atención al cliente**

La atención al cliente es vital para cualquier comercio. El cliente, es la prioridad y por ende se le debe de dar un servicio excepcional, atenderlo de una manera amable y correcta, que sus expectativas se vean superadas y sus dudas aclaradas.

En una tabla de concentración, se registraron algunas las dudas más comunes que tienen las personas (clientes) al ingresar y pedir informes en Lighthouse Language Services sobre la manera de impartir los cursos del idioma inglés. Esto es esencial, ya que de aquí depende sí el cliente acepta uno de nuestros cursos de inglés o la plataforma de idiomas 7Speaking ya sea individual o para alguna empresa interesada. Véase Anexo 3

Los cuestionamientos mencionados previamente, son las siguientes:

- ¿cuáles son los precios de los cursos?
- ¿Cuentan con facilidades de pago para cualquier curso?
- En caso de no aprender inglés ¿habrá un reembolso?
- ¿Duración del Curso?
- Las sesiones ¿son grupales o individuales?
- Al concluir con efectividad mi curso ¿cómo lo puedo avalar?

- ¿Tienen las horas establecidas para las clases?
- ¿Cuáles son las estrategias que manejan para los cursos y que tan efectivas son?
- ¿Cuándo empiezan los cursos?
- ¿Cuánto puedo aprender en 1 mes?
- ¿Cuántas lecciones tiene por semana el curso?
- ¿Cuánto dura cada lección?
- ¿Cuántos niveles forman parte del curso?
- Los encargados de impartir el curso ¿cuentan con certificación?
- ¿Tengo que comprar algún libro?
- Si deseo no continuar con el curso ¿aun así lo tengo que pagar completo?
- ¿Cuáles métodos son los que utilizan para las clases?
- ¿Cuentan con alguna plataforma o aplicación para dispositivos?
- ¿Se puede personalizar un curso de acuerdo a mis necesidades?
- ¿En cuánto tiempo se nota el avance?
- ¿Puedo interactuar con personas que estén aprendiendo inglés?
- En caso de no aprobar algún nivel o el curso ¿qué es lo que procede?
- ¿Cuántas horas se requieren para hablar inglés fluido?
- ¿De dónde son los maestros de inglés que imparten las clases?

Posteriormente después de observar las dudas más comunes y existentes de los clientes, se realizan varias respuestas contundentes. A continuación, veremos varias razones del ¿por qué elegirnos.? Como escuela de aprendizaje.

¿por qué elegirnos.?

- Nuestro programa de estudios se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública, contando con Registro de Validez Oficial de Estudios para la especialidad de inglés, acuerdo número 18FT073 con fecha del 1ero de marzo de 2018, y asignación de Clave de Centro de Trabajo 01PBT0182L.
- Contamos con registro como Agente Capacitador Externo ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para impartir Cursos de Capacitación y Adiestramiento a los Trabajadores, de conformidad con los artículos 153-A tercer párrafo y 153 G de la Ley Federal del Trabajo.
- Equipo docente altamente capacitado.
- Contamos con la plataforma de aprendizaje 7Speaking para cualquier dispositivo.
- Buenas instalaciones, todas las aulas cuentan con pantalla y pupitres individuales.
- Certificación en enseñanza o licenciatura de lenguas.

Dicha indagación permitió poder anticipar la respuesta a las necesidades de nuestros clientes, es esencial tener siempre la mejor respuesta para ellos ya que las dudas no siempre son relevantes. Siempre se debe de tener al personal capacitado para dar una mejor atención.

### ***11.5 Base de datos de empresas potenciales e instituciones educativas que podrían interesarse en el servicio de Lighthouse Language Services***

Se elaboró una base de datos con todas las empresas y escuelas (universidades) que se identifican como clientes potenciales en Lighthouse Language Services, misma que contiene contactos, que van desde Jefes, Recursos Humanos, docentes, entrenamiento entre otros, la base tiene la información siguiente, nombre de la empresa, puesto del

colaborador (contacto), correo, número telefónico, departamento, seguimiento, comentarios y giro.

Se muestra la base de datos que fue realizada con las referencias recabadas de cada empresa que se encuentran interesadas en alguno de nuestros servicios o cursos del idioma inglés. Dicha tabla fue completada con los registros que se tenían de cada una de ellas por correo electrónico o llamadas. Debido a que el proceso de cada contacto estaba pausado por diferentes situaciones estaba obstaculizado, se adjunta a la base de datos y se prosigue con su continuidad.

Esta actividad, como primer paso para el logro de los objetivos es sumamente relevante. Ya que se necesitaba conocer los antecedentes o la situación en la que se encontraba el área de Desarrollo Corporativo, por ende, cabe mencionar que al realizar las llamadas para darle continuidad al proceso de venta.

En la base de datos que se menciona, por cuestión de confiabilidad se omite cualquier tipo de datos personales en este caso nombres, teléfonos y correos electrónicos de personas. La mayoría de los datos son de empresas que posiblemente estén interesadas en adquirir algún curso de aprendizaje, ellos nos brindaron la su información para nosotros proporcionarles informes sobre nuestros métodos de enseñanza en el idioma y nuestra plataforma de aprendizaje 7speaking. Véase anexo 4.

Esta base de datos es de suma importancia, en ella se lleva el control y seguimiento de las empresas posiblemente interesadas en comprar uno de nuestros cursos de inglés o la plataforma de 7spaking. La base de datos es la clave para aplicar las estrategias ya antes mencionadas, es aquí donde comienza la partida de los nuevos seguimientos. Ya una vez concluida la base de datos, se contactó a cada una de las empresas y escuelas para comunicarles la información solicitada por cada una de ellas.

### ***11.6 Administración de clientes***

Para toda empresa lo más importante es el cliente ya que sin él no existiría nada de ellas, esto es esencial para el desarrollo del comercio, cubrir las necesidades reales y deseos nos llevan al éxito ya que se crea una relación, más sólida con él.

En esta parte me encargue de llevar el seguimiento de los clientes, mediante correos electrónicos, es decir enviar un correo con la información necesaria a la persona que estuviese interesada en algunos de nuestros cursos de aprendizaje, oh que le haya dado un clic a uno de nuestros enlaces.

Lo que se realizo es darles el seguimiento a los correos de los leads que nos canalizo Sandrine Roux, gerente de ventas de España y Latinoamérica de 7spaking, yo soy quien lleva el primer filtro de comunicación (contacto), después de mi se encuentra Rosangela Amador, ella es quien se encarga de brindarle la información al cliente y cerrar el trato. Mi trabajo era conseguir una cita para Rosangela con las personas o empresas interesadas para poder venderles nuestra plataforma de aprendizaje.

La comunicación con el cliente se hacía por medio del correo electrónico Gmail, debido a que es el medio de comunicación más adecuado por su formalidad y adecuado para responder responsablemente a la nueva normalidad virtual. El correo electrónico (véase anexo 5) para que tuviera valides llevaba una firma electrónica y la siguiente información.

- Nombre de la persona que se comunica y el puesto desarrollado.
- Nombre de la institución a la que pertenece.
- Modalidad de trabajo en que se encuentra la institución.
- El servicio central que ofrece.
- Motivo y enlace por donde se vincularon.
- Propuesta para agendar una cita y brindar más información.
- Tiempo destinado a la cita que se pueda programar.
- Remitente.



- Datos del contacto.

Posteriormente a que el cliente confirme su interés y su aceptación para agendar una cita, se envía un nuevo correo para adjuntar información general, antes de poder comunicarme con el cliente y de ese modo, en breve, definir el proyecto de capacitación en idiomas. En este nuevo correo electrónico, se pone en disposición una plataforma online de aprendizaje de idiomas (inglés, francés, español, alemán, italiano, del nivel A1 hasta C2) eficaz y pedagógica, explotando una multitud de contenidos “adaptativos” combinada con clases telefónicas o Visio conferencias. Véase Anexo 5.1.

Las diapositivas que se adjuntan en los correos, contienen los datos sobre lo que es la plataforma de aprendizaje 7speaking, en ellas encuentra la siguiente información con los beneficios que obtienes al aprender el idioma inglés, sus métodos de enseñanza y aplicación del curso. Véase Anexo 7.

- Visión de la institución.
- Lo que la hace una institución diferente.
  - Un ecosistema de aprendizaje único.
  - Un amplio número de recursos de estudio.
  - Programas de aprendizaje a medida.
  - Ofrece una comunidad de alumnos con ganas de compartir sus conocimientos y experiencias.
  - Un ROI imbatible controlado por los KPI.
- Soluciones y ofertas.

Igualmente, parte de la información que se usaba para explicar la metodología de trabajo y los beneficios de la institución, era un flyer (Anexo 7), mismo que incluye los siguientes puntos:

- Mención de las 5 lenguas a trabajar.
- Horas de trabajo.
- Enseñanza situada
- Interfaz moderna e intuitiva.
- Oferta de talleres.
- Preparación para las certificaciones más prestigiadas.
- Garantía para un excelente Blended Learning.
- Verificación de seguimiento basados en 25 criterios (nivel, progreso, tiempo dedicado, etc.)

Asimismo, se integra el documento para llevar una formación continua a través de soluciones, combinando innovaciones pedagógicas y tecnológicas:

- Social Learning
- E-CLIL
- Gamificación
- Adaptive Learning

Igualmente se ofrece clases individuales, con un Blended Learning flexible y hecho a medida, a través de:

- Videoconferencias: un profesor disponible en cualquier lugar y en cualquier momento.
- Herramientas interactivas: documentos compartidos, plataformas, nada te separa ya del profesor.
- Programa personalizado: un programa 100% a medida, adaptado al nivel y las necesidades.
- Profesores certificados: 100% narrativos, con experiencia y con un diploma en enseñanza de idiomas.

Como nos damos cuenta, la información brindada antes de la entrevista, cuando se aceptó la cita y finalmente, durante la entrevista, es muy valiosa y atractiva. Esto se

ha vuelto muy favorecedor para cautivar a nuevos posibles clientes. Asimismo, cada una de las experiencias de resultados se encuentran en el siguiente capítulo.

Cabe mencionar que los resultados son el reflejo de la modificación en el transcurso de las residencias profesionales, aprobando y omitiendo estrategias propuestas, cambiando la metodología de trabajo y alcances logrados. Es más que satisfactorio pensar que cada propuesta, llegar a favorecer a tal grado de dejar una huella importante en una institución de tan grande prestigio como lo es Lighthouse Language Services.

### **11.7 Cronograma de actividades**

A continuación, tenemos un cronograma con las actividades realizadas durante el periodo de las residencias, indicando los tiempos de trabajo en cada una de las actividades.

| <b>Actividades por Quincena</b>       | <b>Ago -1a</b> | <b>Ago- 2a</b> | <b>Sept - 1a</b> | <b>Sept - 2a</b> | <b>Oct - 1a</b> | <b>Oct- 2a</b> | <b>Nov - 1a</b> | <b>Nov - 2a</b> | <b>Dic- 1a</b> |
|---------------------------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| <b>Planificar estrategias</b>         |                |                |                  |                  |                 |                |                 |                 |                |
| <b>Contactar empresas interesadas</b> |                |                |                  |                  |                 |                |                 |                 |                |
| <b>Atender clientes</b>               |                |                |                  |                  |                 |                |                 |                 |                |
| <b>Control de clientes</b>            |                |                |                  |                  |                 |                |                 |                 |                |
| <b>Base de datos de empresas</b>      |                |                |                  |                  |                 |                |                 |                 |                |

|                                   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <b>Reporte mensual de avances</b> |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

## **CAPÍTULO 5: RESULTADOS**

### **12. Resultados**

En el siguiente apartado, daremos lectura a los puntos finales del proyecto, en donde se especifican y/o explican los logros y resultados obtenidos después de su realización, así como la postura de algunas estrategias que se pueden tener en cuenta para su implementación en un futuro.

Dadas las circunstancias actuales de la contingencia sanitaria(covid19) la metodología y el trabajo que se planeó desde un comienzo, dio un gran giro. Ya no se pudo hacer como normalmente se espera. No obstante, con la intención de cumplir con las metas y objetivos, se hicieron modificaciones para adaptar el trabajo planeado. Se transformaron las actividades y el trato con los clientes. Ya no sería como comúnmente lo conocemos, ya no es presencial, todo este trato se mudó al mundo virtual.

Esta nueva modalidad de trabajo, implicó nuevos retos, algunas barreras de comunicación y sobre todo de trato, pero era momento de demostrar las competencias desarrolladas y fortalecidas durante la preparación universitaria recibida. Así que, quizá no era en la modalidad que se pretendía trabajar, pero cada una de las estrategias planteadas que fueron aprobadas, se aplicaron y de este modo, dejar un legado dentro de la institución que le permite abrirse paso dentro de este mundo de la competencia comercial de la enseñanza del inglés.

#### **12.1 Elaboración de base de datos**

Al realizar este proyecto, se conoció la importancia y relevancia que tiene la base de datos, ya que en ella se encuentra toda la información necesaria para tener un mejor manejo y control de seguimiento a las empresas que posiblemente se encuentren interesadas en adquirir alguno de nuestros cursos de aprendizaje de idiomas. La base de datos es de gran valor, aquí se puede encontrar información no solo de las empresas

sino también, se puede realizar una tabla comparativa en el caso de las escuelas que brindan la enseñanza del idioma inglés.

La razón por la que se creó la base de datos fue porque no se tenía un control específico de las empresas que se encuentran interesadas en alguno de los cursos de aprendizaje, y por lo tanto no se le daba seguimiento adecuado para consolidar una venta, ya que se perdía la información que se tenía de ellas, correos, números de teléfono u otra manera de contactarlas. Afortunadamente, la base cuenta con apartados que se pueden filtrar para la búsqueda de algún dato en específico y así no solo ahorras tiempo, llevas un mejor control sobre tus clientes.

Se logró elaborar la base de datos con la razón que se tenía de las empresas interesadas, ahora se puede llevar el proceso de contacto con ellas para brindarles lo que estén solicitando, aclarar sus dudas y así llegar a consolidar la venta.

#### **12.1.1 Ventajas de realizar una base de datos.**

- Una de las ventajas es que se pueden aclarar las dudas de una manera clara e inmediata a los usuarios solo con consultarlo.
- Se brinda ayuda a los clientes, aclaración de sus dudas y opiniones sociales.
- La base de datos permite agrupar todos los datos necesarios para el trabajo diario de la empresa en un solo lugar tales como, datos de clientes, proveedores, y empleados.
- Varios usuarios (empleados) pueden acceder de manera simultánea para compartir datos. Además, las bases de datos son dinámicas, permiten modificar estos datos en tiempo real, por ejemplo, se puede estar integrando información y automáticamente la guarda.

- Permite estructurar y organizar los datos de tal manera que respondan a las necesidades y procesos de la empresa. Es decir, que la base de datos debe acomodarse a la realidad, y no al revés.

La base de datos es de acceso directo, solo con dar un clic entras automáticamente, tienes acceso total a toda la información. Los datos se encuentran respaldados en drive, se puede ir actualizando según sea el caso, es decir cada que una empresa esté interesada en nuestros servicios se anexa su información y automáticamente se actualiza.

### ***12.2 Tabla comparativa de competencias***

En la tabla comparativa que se verá en seguida muestra las diferencias en las que se encuentran las escuelas de aprendizaje de idiomas en Aguascalientes, cabe mencionar que es aquí donde se realiza la comparación que se realizó entre las otras escuelas, la realización de la tabla me llevo alrededor de un mes ya que no fue fácil recaudar toda la información, pues se tuvo que contactar varias instituciones para pedir informes de su modo de enseñanza, precios, horarios métodos, etc. Es muy importante conocer la competencia, para así poder mostrarle la tabla comparativa a nuestros posibles clientes y conozcan los beneficios que nosotros brindamos.

En la actualidad la mayoría de las personas, no solo buscan una buena institución sino una en donde se pueda llegar a tener facilidades de pago, en pocas palabras que se adapte más a su bolsillo, tomemos en cuenta que actualmente estamos pasando no solo por una pandemia, sino también por desempleos.

La base de datos también es una estrategia, brinda información para conseguir un objetivo concreto. Ya sea una empresa hablando a su audiencia o un proveedor hablando a su cliente. Una buena comunicación nos permite conseguir nuestro objetivo, conseguir clientes, avanzar en el proceso o solucionar un problema puntual. Se puede mostrar contenido social y de interés al usuario, tales como costos y tipo de enseñanza de una

manera más ordenada en este caso de competencias del mismo mercado. Véase Anexo 9.

Es muy importante poner suma atención a la tabla comparativa, ya que cuenta con los datos necesarios para mostrarla a los posibles clientes y así ellos tomen la decisión que más sea conveniente.

### ***12.3 Capacitación de atención al cliente***

Realice una capacitación al personal de recepción, en este caso fueron las dos empleadas de Lighthouse Language Services ellas son las encargadas de atender llamadas y brindar información a los posibles clientes en el área de recepción. En la capacitación se les dio una inducción de cómo trabajar con mayor compromiso, esfuerzo, calidad y responsabilidad para lograr mejores resultados, es decir atender de una respetuosa y amable, ya que la primera impresión habla bastante bien de las personas, y Lighthouse Language Services es una escuela de aprendizaje de excelente servicio y ambiente.

Se realizó de forma presencial, sin embargo, dadas las circunstancias de hizo referencia al modo virtual dando así un ejemplo de cómo dar la atención al cliente en esta nueva modalidad de trabajo.

#### **12.3.1 Métodos que se usaron en la capacitación**

##### **12.3.1.1 Calidad y calidez en el servicio**

La calidad y calidez en el servicio, el personal debe contar con habilidades necesarias para brindar un servicio más apropiado, entablando una mejor calidad de comunicación con los clientes. Proporcionando la autoevaluación que permita definir las dudas del cliente de una manera clara y concisa, que se entienda perfectamente, ya que en algunas ocasiones no quedan del todo convencidos.



### **12.3.1.2 Actitud en el servicio**

Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud al momento de ser atendidos por parte de los empleados, esto significa que no sienten la disposición de quienes los atienden para escuchar y resolver sus dudas de la manera más conveniente, este es el factor por el que más critican los usuarios y como consecuencia ahuyenta a los posibles clientes.

Lo que se debe hacer es tener con una actitud más positiva al momento de brindar el servicio, ya que la actitud influye demasiado en el cliente, es generar empatía y así el vuelva nuevamente a requerir de nuestros servicios.

### **12.3.1.3 Empatía**

La empatía no solo es ponerse en los zapatos del cliente, para los clientes la empatía es la capacidad de interactuar con las personas, construir una relación, hacerlos sentir escuchados, respetados y comprendidos. Reconocer sus preocupaciones y aclarar sus dudas es esencial para ofrecer una comunicación positiva y ganarse su lealtad. Generar empatía con el cliente nos hace crecer como personas, ya que el trato que das es el que recibes, debes dejar que el cliente hable y escuchar activamente lo que dice, así la información que brindes será la que él esté buscando.

Después de la capacitación a los empleados de Lighthouse Language Services, se les facilito más y mejor el flujo de comunicación hacia los clientes es decir mayor facilidad de palabra, esto genera más confianza y seguridad., El personal de recepción, se siente más motivado, y tienen mayor coherencia al momento de brindar información acerca de los cursos de aprendizaje esto es el resultado del curso impartido, un excelente servicio.

## ***12.4 Impacto de las estrategias aprobadas***

De las estrategias que plantee en el desarrollo, las que a continuación se describen fueron las aprobadas por parte de la directiva de Lighthouse Language Services, ya que si cumplieron las expectativas que se buscaban.

A continuación, veremos las estrategias aprobadas con su interpretación e impacto.

#### **12.4.1 Presupuestos destinados para Marketing digital (publicidad)**

Lo que se realizó en esta parte del proyecto fue que se lograran destinar fondos para mayor publicidad en las redes sociales (Facebook e Instagram), la publicidad que ofrecen es un plan en el cual se puede pagar por el número de interacciones o por las impresiones. El costo promedio por clic de una campaña de publicidad de Facebook e Instagram es \$0.72 centavos de dólar. La meta es hacer que tu página llegue al frente de personas que no han escuchado de tu negocio o no estén interactuando con tu marca. Véase Anexo 10.

Al interactuar en el contenido te envía a un enlace directamente en la página, esto con el fin de que se conozca la página abiertamente, y se den cuenta de los servicios que se están brindando y así generar mucha más publicidad en te las personas.

La cantidad que proporcione Lighthouse Language Services fue de **\$107.45 dólares**.

De lo cual tuvo 149 interacciones de acceso directo a la página, es decir cada que una persona le daba clic al enlace, los mandaba directamente a nuestra página principal oficial.

#### **12.4.2 Uso de testimonios**

Sin duda alguna el uso de testimonios fue una de las estrategias con más importancia, ya que es una herramienta poderosa para la atracción de nuevos clientes, tomemos en cuenta que los consumidores siempre consideran diferentes puntos de vista. En pocas palabras si se habla bien del servicio mayores clientes atraerá.

Lo que se realizó fue invitar a dos personas que acababan de concluir su curso de inglés a dar su testimonio de manera virtual, esto se va a realizar en las próximas inscripciones de las universidades con las cuales se sostiene un convenio, con la finalidad de que los alumnos tengan mayor interés en el aprendizaje del inglés y se den cuenta de que si es fácil aprender un segundo idioma. Posteriormente se tomarán los testimonios de manera escrita y se adjuntarán a las páginas web.

#### **12.4.4 Mejorar los precios**

En esta parte se logró llegar a un acuerdo con la directiva de Lighthouse Language Services para tener facilidad de pagos en cada los cursos que se desee tomar, es decir se le dará la opción al cliente de pagar solo el mes que se le esté realizando la enseñanza del idioma, sin cubrir el pago total del curso, esto con la finalidad de ayudar a los usuarios.

Mes que pagas mes que tomas el curso, en dado caso que se dejen de pagar un par de meses, cuando pagues nuevamente continuaras en donde se pauso.

## **CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES**

### ***13. Conclusiones del Proyecto***

Si lugar a dudas, el inglés es la herramienta del hoy y del mañana. No existe un área de la vida de las personas en que no se vea involucrado con este idioma. Influye en las relaciones de comunicación, en la económica, la educación, la política, las relaciones afectivas, la música, el arte, todo ha sido marcado fuertemente por el inglés.

Si nos ponemos a pensar, así como se hizo en el desarrollo de este trabajo, el inglés ya no es un lujo, sino una obligación de todo ciudadano. Pensar en esta idea, con la profundidad que debe hacerse, refleja que una persona no debe caer en la conformidad. Debe buscarse aprender más allá de lo que se ofrece en la educación básica, en la media superior y aún en la superior.

Cada persona debe priorizar aprender, debe buscar instituciones dedicadas a la enseñanza de este idioma con la prioridad como lo hace la Lighthouse. Esta escuela es el reflejo de la respuesta inmediata que se debe tener ante este tipo de necesidad social. Una escuela que esté dispuesta a adaptarse a las situaciones de su contexto, a aprender de lo que sucede en otras naciones para mejorar la metodología aplicada en una determinada región, una escuela que sabe lo que significa una nueva normalidad, aquella que sin problema alguno pueda mudar la educación presencial a la virtual.

Esa es la escuela del hoy. Cuando se aprende del pasado, de las experiencias ajenas y escucha al personal que lo integra, que escucha y atiende a todos los agentes que forman esta institución, porque se da cuenta que esta se ve formada más allá de paredes, más allá de programas, se forma de un personal que hace funcionar todo lo anterior, lo hace efectivo para lograr no solo la calidad, sino la excelencia.

La experiencia dentro de todo este proceso me dejó una y mil de aprendizajes y satisfacciones. He comprendido dentro de la acción y práctica, en pocas palabras, en el trabajo en condiciones reales, pude ver la realidad de mi carrera, de mi profesión. Veo como cada área dentro de una empresa cumple con una función importante que influye en las otras áreas. Puedo valorar los resultados que tiene la innovación

constante por parte de los responsables (ingenieros) para aumentar la productividad y la competitividad.

Por ello, en el transcurso de mi estancia dentro de la Lighthouse, se buscó conocer a la competencia, indagar un poco más sobre los beneficios, servicios y la oferta que presentaban. De ese modo, poder enriquecer nuestra empresa, mejorar la oferta por la demanda, y, sobre todo, promover la escuela con nuevas propuestas de marketing, siempre involucrando y teniendo en la mira la mejora de la producción, la calidad, la administración, los costes, la logística y la distribución.

Vi ya dentro de la experiencia como es que se ejecuta cada acción empresarial para la mejora, cuando existe una relación amplia de los trabajadores operarios o empleados, cuando existe una confianza de mejorar de manera continua y eficiente, y que finalmente aumenté la competitividad de la escuela. Es así que vemos hecho realidad los propósitos forjados. Cumplimos su finalidad, lograr metas específicas en determinado tiempo.

Quizá, los resultados que se esperaban no sean visibles dentro del plazo en el que laboro, por la razón de que el desarrollo o progreso solo será visible cuando el tiempo trabaje con cada estrategia e innovación aplicada. Solo con el paso del tiempo se verán los avances de las metas y los propósitos impuestos, a partir de ellos, continuar con la implementación de nuevas estrategias para la mejora.

### **13. Conclusions**

Without a doubt, English is the tool of today and tomorrow. There is no area of people's lives in which they are not involved with this language. It influences communication relationships, economics, education, politics, relationships, music, art, all of which have been strongly influenced by English.

If we think about it, as we did in the development of this work, English is no longer a luxury, but an obligation of every citizen. Thinking about this idea, with the depth that should be done, reflects that a person should not fall into conformity. One must seek to

learn beyond what is offered in basic education, in the upper middle and even in higher education.

Each person should prioritize learning, should seek institutions dedicated to the teaching of this language with the priority as the Lighthouse does. This school is the reflection of the immediate response that must be had before this type of social need. A school that is willing to adapt to the situations of its context, to learn from what is happening in other nations to improve the methodology applied in a given region, a school that knows what a new normality means, one that can easily move from face-to-face to virtual education.

That is the school of today. When you learn from the past, from other people's experiences and you listen to the staff that make up this institution, because you realize that it is formed beyond walls, beyond programs, it is formed by a staff that makes all the above work, it makes it effective to achieve not only quality, but excellence.

The experience within all this process left me with one and a thousand learnings and satisfactions. I have understood within the action and practice, in short, in the work in real conditions, I could see the reality of my career, of my profession. I see how each area within a company fulfills an important function that influences the other areas. I can value the results of constant innovation by the people in charge (engineers) to increase productivity and competitiveness.

Therefore, during my stay at the Lighthouse, I tried to get to know my competitors, to find out more about their benefits, services and offers. In this way, to be able to enrich our company, improve the offer by the demand, and, above all, promote the school with new marketing proposals, always involving and having in mind the improvement of the production, quality, administration, costs, logistics and distribution.

I saw already within the experience how every business action is executed for the improvement, when there is a wide relationship of the workers or employees, when there is a confidence to improve in a continuous and efficient way, and that finally I

increased the competitiveness of the school. This is how we see the purposes forged become a reality. We fulfill its purpose, to achieve specific goals in a certain time.

Perhaps, the results that were expected are not visible within the time frame in which I work, for the reason that the development or progress will only be visible when time works with each strategy and innovation applied. Only with the passage of time will the progress of the goals and purposes imposed be seen, and taking them as a basis, continue with the implementation of new strategies for improvement.

## **CAPÍTULO 7: COMPETENCIAS DESARROLLADAS**

### ***14. Competencias desarrolladas y/o aplicadas.***

- **Facilidad de palabra:** Aprendí como dirigirme con las personas de una manera coherente, más clara, lógica y con argumentos.
- **Conocimiento del área de ventas:** Esta parte fue la que más me llamo la atención, ya que no tenía conocimiento de ventas, ni trato directo con clientes, me enseñe a señalar los clientes potenciales.
- **Toma de decisiones:** Otra habilidad que logré desarrollar fue la toma de decisiones, lo hice de manera efectiva y en tiempo corto, ya que es indispensable tener iniciativa y aquí es donde aprendí a tomar buenas decisiones.
- **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo no siempre es fácil, ya que cada persona tiene puntos de vista diferentes, y en la mayor parte de las ocasiones no siempre se está de acuerdo, en mi caso siempre tuve buen equipo con mis compañeras, gracias a la lluvia de ideas siempre llegábamos a un acuerdo.
- **Actitud en el servicio:** Una habilidad de las que también aprendí fue a tener una mejor actitud en los servicios, ya que siempre se realizaba interacción con los clientes, esto me enseñó a ser más positivo y respetuoso con las personas.
- **Trabajo bajo presión:** En algunas ocasiones tuve muchísima presión con el seguimiento de empresas, ya que tenía que estar en constante comunicación por medio de correos, y a la vez tenía otras actividades, esto me ayudo a trabajar bajo presión.



## CAPÍTULO 8: FUENTES DE INFORMACIÓN

### 15. Fuentes de información

Blog FTP, (2017). “Ventajas de las bases de datos en la empresa”. Recuperado de:  
<https://www.grupoftp.com/noticias/bases-de-datos-en-la-empresa/#:~:text=La%20base%20de%20datos%20permite,de%20decisiones%20apoyadas%20en%20datos>

Customer Car (2020). “Capacitación servicio al cliente”. Recuperado de:  
<https://www.customercareassoc.com/servicios/capacitacion-servicio-al-cliente/calidad-y-calidez-en-el-servicio/>

Estudios Profesionales en inglés, (2017), “15 Razones Para Aprender inglés”. Recuperado de: <https://www.estudiosprofesionaleseningles.com/single-post/2017/10/05/15-razones-para-aprender-ingles>.

Infoautónomos, (2017). “Análisis de la competencia en tu estudio de mercado”. Recuperado de: <https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/analisis-de-la-competencia-en-tu-estudio-de-mercado/>

Logistec, (2016). “Estrategia: Calidad de servicio”. Recuperado de: <https://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>

Madurgar López, Jesús, (2015). “Estrategias de venta: ¿cómo superar a tu competencia?”. Recuperado de: <https://es.semrush.com/blog/estrategia-ventas-superar-competencia/>

MOSAlingua, (s/f), en 10 Excelentes beneficios de aprender idiomas para la salud. Recuperad de: <https://www.mosalingua.com/es/beneficios-de-aprender-idiomamas/>

myGESTIÓN, (2018). “Estrategias para mejorar la competitividad de tu empresa” en El blog de myGESTIÓN. Recuperado de: <https://www.mygestion.com/blog/estrategias-para-mejorar-la-competitividad-de-tu-empresa>

Pérez Porto, Julián. Gardey, Ana, (2018). “Definicion.de”, Definición de cuadro comparativo. Recuperado de: <https://definicion.de/cuadro-comparativo/>

QuestionPro, (2020). “¿Sabes por qué es importante el cliente para una empresa?” Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/por-que-es-importante-el-cliente/#:~:text=%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20es%20importante%20el,y%20con%20ello%20mayores%20ganancias>

Revista, (2018). “Gestión y seguimiento de clientes”. Recuperado de: <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/software-crm/gestion-y-seguimiento-de-clientestg>

## CAPÍTULO 9: ANEXOS

| No. Anexo  | Nombre  | No. Página |
|------------|---|------------|
| Anexo 1    | Carta de autorización para la residencia profesional.   | 56         |
| Anexo 2    | Tabla comparativa de Inglés en las escuelas de Aguascalientes   | 57         |
| Anexo 3    | Tabla de concentración sobre las preguntas <b>relevantes y más comunes sobre el aprendizaje de inglés</b> | 60         |
| Anexo 4    | Base de datos de empresas potenciales   | 61         |
| Anexo 5    | Plantilla de correo electrónico para contactar a clientes potenciales.                                    | 63         |
| Anexo 5.1  | Plantilla para un segundo correo al cliente potencial.  | 64         |
| Anexo 6    | Presentación anexada a oferta por correo.   | 65         |
| Anexo 7    | Flayer promocional  | 67         |
| Anexo 8    | Ficha solución  | 68         |
| Anexo 9    | Tabla comparativa de instituciones dedicadas a la enseñanza del inglés                                    | 70         |
| Anexo 10   | Publicidad  | 72         |
| Anexo 10.1 | Publicidad de Instagram   | 73         |
| Anexo 10.2 | Publicidad de Facebook  | 74         |

## 16. Anexos

### 16.1 Carta de autorización para la residencia profesional.



DEPARTAMENTO:  
No. DE OFICIO: (2)

Aguascalientes, Ags. a 04 diciembre de 2020

ASUNTO: Carta de terminación

**MATÍ. HUMBERTO AMBRIZ DELGADILLO**  
DIRECTOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE PABELLÓN DE ARTEAGA.

**MA. MAGDALENA CUEVAS MARTÍNEZ**  
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN TECNOLÓGICA Y VINCULACIÓN

PRESENTE:

Por este medio, me permito informarle que **C. Adán Contreras García**, con número de control A161050346, alumno de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, terminó satisfactoriamente sus Residencias Profesionales trabajando en el proyecto Desarrollo de Proyectos Corporativos en **Lighthouse Language Services** en el departamento *Prospección y Ventas*, donde cubrió un total de 500 horas durante el periodo Agosto – Diciembre 2020.

Sin otro particular por el momento, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.



ATENTAMENTE

  
**ROSÁNGELA AMADOR TORRES**  
DIRECTORA

Lighthouse Language Services SC.  
RFC: LLS190817H42

CCT: 019870328 D.G.C.FE Acuerdo 087019 Especialidad de Inglés 01/05/2019

Av. Independencia 3004 Plaza Independencia Local 4 - Jesús María, Ags. ☎ 4491 361,0088 ✉ [contact@lighthouselog.org](mailto:contact@lighthouselog.org)  
C.P. 20116, Colonia Torres de Alamo

[www.lighthouselog.org](http://www.lighthouselog.org)



16.2 Tabla comparativa de inglés en las escuelas de Aguascalientes

| Tabla comparativa de Inglés en las escuelas de Aguascalientes |  |  |  |   |   |  |
|---|--|--|--|---|---|--|
| Instituto   | Lighthouse Language Services   | Quick Learning   | Pro English  | Lingua TEC  | Planet English  | Evolucion School   |
| <b>Contacto</b>   | 361 6098   | 996 5919   | 200 2030   | 01 449 153 2990   | 01 449 996 5636   | 01 449 996 8808  |
| <b>Dirección</b>  | Av. Independencia 3004 Plaza Independencia local 4 Jesús María Ags.                                      | Av. Independencia 1839, Desarrollo Especial Galerías, 20116 Aguascalientes, Ags. | Av. Aguascalientes Norte 525 1er piso, Pulgas Pandas Norte, 20138 Aguascalientes, Ags.   | Sierra Pintada 102, Bosques del Prado Sur, 20130 Aguascalientes, Ags.                                   | Avenida Universidad 2229, local 3B, col. San José del arrenal, 20130 Aguascalientes, Ags. | Sierra de Las Palomas 201, Bosques del Prado Sur, 20130 Aguascalientes, Ags. |
| <b>Método de enseñanza</b>                                    | Método Comunicativo, orientado al desarrollo de competencias genéricas del idioma                        | Método visual, auditivo, comunicativo. Utilizo de la listening chart             | Clase con método visual auditivo, comunicativo. + Club de conversación y películas + plataforma                                | Método visual, auditivo, comunicativo. + clases temáticas en línea con maestros americanos + plataforma | Método comunicativo   | Método comunicativo con libro  |
| <b>Alcances /alineación con estándares</b>                    | MCER B1/ Escala Global de Inglés , Proyecto DeSeCo (Definition and Selection of Competencies) de la OCDE | Nivel bilingüe, no especifica alineaciones con estándares                        | Nivel bilingüe, no especifica alineaciones con estándares (Garantía 200% si no aprendes te devuelven el doble de la inversión) | Nivel bilingüe, no especifica alineaciones con estándares   | Niveles bilingüe  | En línea con el marco común europeo y aplican certificación TOEFL            |
| <b>Certificación</b>  | diploma Sep. / pte general   | ?  | Aplican TOEFL  | ?   | ?   |  |
| <b>Horario Lunes a Viernes</b>                                | Matutino y Vespertino  | De 7.00 a 8.30 y de 16.00 a 8.30   | De 7.00 a 21.00  | De 7.00 a 21.00   | De 7.00 a 21.00   | De 7.00 a 21.00  |
| <b>Flexibilidad de horarios</b>                               | SI   | Sí   | Sí   | Sí  | Sí  | No (pero se puede recuperar la clase)  |
| <b>Horario Sabatino</b>                                       | 8:00 a 2:00  | De 8.00 a 15.00  | De 8.00 a 15.00  | De 8.00 a 15.00   | De 8.00 a 15.00   | De 8.30 a 13.00  |

|   |  |   |  |  |                                   |   |
|---|--|---|--|--|-----------------------------------|---|
| <b>Servicios Adicionales con costo</b>                      | Interpretación/Traducción/intercambios al extranjero               | No  | No   | No   | Sí (algún convenio)               | Teacher course (después del curso ordinario)        |
| <b>Servicios adicionales sin costo</b>                      | Clubs ( Language Booster, Communication Booster, Writing Booster ) | No  | Sí, club de conversación gratis a vida (Después de terminar todos los niveles) | No   | No                                | Clubs de conversación de asesoría y de recuperación |
| <b>Otros idiomas</b>  | Francés, Alemán, italiano, Español                                 | No  | No   | Inglés, Alemán, Francés, Italiano, Chino mandarino             | No                                | No  |
| <b>Tipo de grupos</b>                                       | Alumnos del mismo nivel  | Alumnos del mismo nivel   | Alumnos de niveles diferentes  | Alumnos del mismo nivel  | No                                | Alumnos del mismo nivel                             |
| <b>Materiales Impreso</b>                                   | Editorial Pearson  |   | Libro de texto   | Sin material   | ?                                 | Libro   |
| <b>Recursos Digitales (plataforma, cd roms, apps, etc.)</b> | plataforma interactiva en clase y plataforma de aprendizaje online |   | Plataforma de ejercicios   | Plataforma ejercicios y clases temáticas                       | Plataforma                        | No  |
| <b>Tiempo para apertura grupos</b>                          | 4 semanas  | Cada mes empieza un grupo   | Ingreso inmediato  | Ingreso inmediato, posibilidad de congelar el inicio del curso | Inmediato                         | Inmediato   |
| <b>Perfil del maestro</b>                                   | Nativos /certificación en enseñanza o Licenciatura en Lenguas      | Madrelengua o mexicanos expertos. (La escuela obliga a los maestros a 260 horas de formación) | Madrelengua o mexicanos expertos.  | Madrelengua o mexicanos expertos.                              | Madrelengua o mexicanos expertos. | Madrelengua o mexicanos expertos.                   |
| <b>Alumnos por Grupo</b>                                    | 4 a 15 alumnos   | 6-10  | 1-12   | 6-15   | 3-10                              | 1 a 10  |

|  |  |  |   |  |   |   |
|--|--|--|---|--|---|---|
| <b>Total de horas por curso/modulo</b>                           | 24hrs presenciales                                     | 60   |   | 3 sesiones de 1h semanales + 3 horas actividad en plataforma | Mínimo 3 sesiones semanales                 | 6 horas semanales                           |
| <b>horas de asistencia por semana</b>                            | 6 hrs x semana   | 7.5  | Mínimo 3  | 3  | ?   |   |
| <b>Niveles</b>   | 16   | 14   | 4   | ?  | ?   | 6   |
| <b>Duración programa Meses entre semana</b>                      | 16   | 24 meses                                     | Variable  | ?  | ?   | 12  |
| <b>Duración/ Meses sabatino</b>                                  | 16   | 24 meses                                     | Variable  | ?  | ?   | 16  |
| <b>Costo recursos digitales</b>                                  | incluido   | Incluido                                     | Incluido  | Incluido   | Incluido                                    |   |
| <b>Costo lista de precio</b>                                     | 1750   | 2495   | 2299  | 4200   | ?   | 2200 mensualidad                            |
| <b>Costo con descuento</b>                                       | 1650 a 1490  | ?  | 1650  | 1600   | 50% de descuento                            | 1200  |
| <b>Tipo de descuentos</b>  | Anticipado/empresas/ universitarios/ familiar/ mayoreo | ?  | Pago anticipado con tarjeta de crédito sin interés (todo el curso 12500 pesos)                    | Descuento con oferta del día.                                | ?   | Promociones mensuales                       |
| <b>infraestructura</b>   | Todas las aulas con pantalla / pupitres individuales   | Todas aulas con una mesa y sillas alrededor. | Todas aulas con una mesa y sillas alrededor, Aula informática, Aula para ver películas, cafetería | Todas aulas con una mesa y sillas alrededor, sin pintarrón.  | Todas aulas con una mesa y sillas alrededor | Todas aulas con una mesa y sillas alrededor |
| <b>Medio de información (volante, díptico, hoja simple)</b>      |  | Hoja simple                                  | Hoja simple   | La escuela no deja ninguna información escrita.              | Ninguna información escrita                 | Volante                                     |
| <b>Medios en los que se anuncia</b>                              |  | Anuncio, internet, radio                     | Anuncio   | Anuncio, internet  | Anuncio                                     | Anuncio, Facebook                           |
| <b>Políticas de Pago ( Efectivo, Contado, tarjeta de crédito</b> |  | Efectivo, tarjetas                           | Efectivo, tarjeta de crédito  | Efectivo, tarjeta de crédito                                 | Efectivo, tarjeta de crédito                | Efectivo, tarjeta de crédito                |

16.3. Tabla de concentración sobre las preguntas relevantes y más comunes sobre el aprendizaje de inglés



|   |  |   |                                      |   |   |  |  |
|---|--|---|--------------------------------------|---|---|--|--|
| ¿Precio de los cursos?                                | ¿Cuentan con facilidades de pago para cualquier curso?         | En caso de no aprender inglés ¿habrá un reembolso?            | ¿Duración del Curso?                 | Las sesiones son grupales o individuales?                     | Al concluir con efectividad mi curso ¿cómo lo puedo avalar?         | Tienen las horas establecidas para las clases?         | ¿Cuáles son las estrategias que manejan para los cursos y que tan efectivas son? |
| Cuando empiezan los cursos?                           | Cuanto puedo aprender en 1 mes?                                | Cuántas lecciones tiene por semana el curso?                  | Cuánto dura cada lección?            | cuántos niveles forman parte del curso?                       | Los encargados de impartir el curso cuentan con certificación?      | Tengo que comprar algún libro?                         | Si deseo no continuar con el curso aun así lo tengo que pagar completo?          |
| ¿Cuáles métodos son los que utilizan para las clases? | ¿Cuentan con alguna plataforma o aplicación para dispositivos? | ¿Se puede personalizar un curso de acuerdo a mis necesidades? | ¿En cuánto tiempo se nota el avance? | ¿Puedo interactuar con personas que estén aprendiendo inglés? | En caso de no aprobar algún nivel o el curso que es lo que procede? | ¿Cuántas horas se requieren para hablar inglés fluido? | ¿De dónde son los maestros de inglés que imparten las clases?                    |



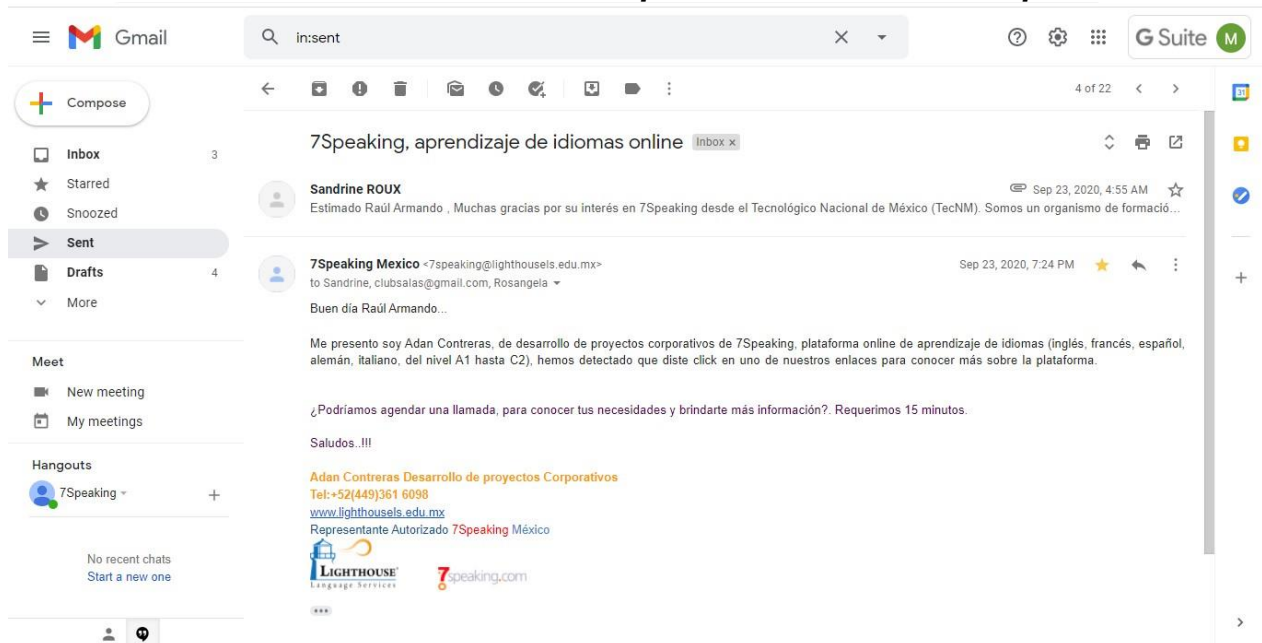
### 16.4 Base de datos de empresas potenciales

| BASE DE DATOS DE EMPRESAS POTENCIALES            |        |          |   |          |  |                              |
|--|--------|----------|---|----------|--|------------------------------|
| EMPRESA  | NOMBRE | APELLIDO | puesto                                  | teléfono | email  | SEGUIMIENTO                  |
| <a href="#">BBVA</a>                             |        |          | Asociado                                |          | <a href="mailto:alfredo.sobzar@bbva.com">alfredo.sobzar@bbva.com</a>                     | No interesado                |
| <a href="#">Grupo Krafir</a>                     |        |          | Coordinador Advto. de Recursos Humanos  |          | <a href="mailto:carlos.munoz@krafir.mx">carlos.munoz@krafir.mx</a>                       | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">PSW PUEBLA</a>                       |        |          | Coordinador de Selección y Capacitación |          | <a href="mailto:druiz@foam.com">druiz@foam.com</a>                                       | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">Milenium Grupo Hotelero Mexicano</a> |        |          | Director RH                             |          | <a href="mailto:yuri.aguilera@hotelesmilenium.com">yuri.aguilera@hotelesmilenium.com</a> | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">Grammer</a>                          |        |          | Dir RH                                  |          | <a href="mailto:david.miranda@grammer.com">david.miranda@grammer.com</a>                 | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">L'Occitane</a>                       |        |          | Gerente RH                              |          | <a href="mailto:esmeralda.martinez@loccitane.com">esmeralda.martinez@loccitane.com</a>   | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">Ferrocarril Mexicano</a>             |        |          | Gerente RH                              |          | <a href="mailto:miguel.vargas@ferromex.mx">miguel.vargas@ferromex.mx</a>                 | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">Redde</a>                            |        |          | Gerente rrhh                            |          | <a href="mailto:gwendolyn.martinez@redde.mx">gwendolyn.martinez@redde.mx</a>             | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">sportium</a>                         |        |          | recursos humanos                        |          | <a href="mailto:rmarron@sportium.com.mx">rmarron@sportium.com.mx</a>                     | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">Sermantren</a>                       |        |          | Recursos humanos                        |          | <a href="mailto:rsanchez@cafmxico.net">rsanchez@cafmxico.net</a>                         | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">International Paper</a>              |        |          | Recursos Humanos                        |          | <a href="mailto:simon.martinez@ipaper.com">simon.martinez@ipaper.com</a>                 | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">Alpla Group</a>                      |        |          | Sr. HRBP Manager                        |          | <a href="mailto:mauricio.gutierrez@alpla.com">mauricio.gutierrez@alpla.com</a>           | No interesado                |
| <a href="#">Atento</a>                           |        |          | Talent Development Manager              |          | <a href="mailto:michelle.eguino@atento.com">michelle.eguino@atento.com</a>               | No interesado                |
| <a href="#">SGS</a>                              |        |          | Training Champion                       |          | <a href="mailto:arturo.ibarra@sgsco.com">arturo.ibarra@sgsco.com</a>                     | No interesado                |
| <a href="#">Takeda</a>                           |        |          | Training Manager                        |          | <a href="mailto:patricia.lachica@takeda.com">patricia.lachica@takeda.com</a>             | llamada el 21/8/20           |
| <a href="#">auditor service</a>                  |        |          | gerente de capital humano               |          | <a href="mailto:xramos@auditorservice.com">xramos@auditorservice.com</a>                 | llamada el 31/8/20           |
| <a href="#">vive peninsular</a>                  |        |          | Gerente de Desarrollo Humano            |          | <a href="mailto:mwillanuevac@vivepeninsular.com">mwillanuevac@vivepeninsular.com</a>     | llamada el 31/8/20           |
| <a href="#">AICS</a>                             |        |          | Gerente RH                              |          | <a href="mailto:violetaj@armstrong.com.mx">violetaj@armstrong.com.mx</a>                 | correo enviado el 22/10/2019 |

|                                 |  |  |            |  |  |  |
|---------------------------------|--|--|------------|--|--|--|
| <a href="#">JESSICA SANCHEZ</a> |  |  | Gerente RH |  | <a href="mailto:mjsanchez@alfa.com.mx">mjsanchez@alfa.com.mx</a> |  |
|---------------------------------|--|--|------------|--|--|--|

|   |  |  |                  |  |  |  |
|---|--|--|------------------|--|--|--|
| <a href="#">AEM MEXICO</a>              |  |  | Gerente RH       |  | <a href="mailto:recursoshumanos@altaespecialidad.com">recursoshumanos@altaespecialidad.com</a> | correo enviado el 04/09/20                               |
| <a href="#">Hitchiner</a>               |  |  | Gerente RH       |  | <a href="mailto:elizabeth_sandoval@hitchiner.com">elizabeth_sandoval@hitchiner.com</a>         | Correo enviado 21/8/20<br>llamada<br>31/8/20 2:30 llamar |
| <a href="#">Le Belier</a>               |  |  | Recursos Humanos |  | <a href="mailto:antonio.morgado@lebelier.com">antonio.morgado@lebelier.com</a>                 | Correo enviado 21/8/20<br>31/8/20 solicito inf.          |
| <a href="#">TRUPER<br/>HERRAMIENTAS</a> |  |  | Recursos Humanos |  | <a href="mailto:ecisnerosa@truper.com">ecisnerosa@truper.com</a>                               | Correo enviado 21/8/20<br>llamada<br>31/8/20             |
| <a href="#">KUO</a>                     |  |  | Recursos Humanos |  | <a href="mailto:berenice.miranda@kuoafmkt.com">berenice.miranda@kuoafmkt.com</a>               | Correo enviado 21/8/20<br>llamada<br>31/8/20             |
| <a href="#">RSM</a>                     |  |  | Recursos Humanos |  | <a href="mailto:monica.sanchez@rsmmx.mx">monica.sanchez@rsmmx.mx</a>                           |  |
| <a href="#">EY</a>                      |  |  | Recursos Humanos |  | <a href="mailto:ana.quillen@mx.ey.com">ana.quillen@mx.ey.com</a>                               | No interesado  |
| <a href="#">MIDE</a>                    |  |  | Director RH      |  | <a href="mailto:eduardovargas@mide.org.mx">eduardovargas@mide.org.mx</a>                       | No interesado  |
| <a href="#">Rockwell</a>                |  |  | Recursos Humanos |  | <a href="mailto:aguzma14@rockwellautomation.com">aguzma14@rockwellautomation.com</a>           | Coreo enviado 21/8/20 llamada<br>04/9/20                 |
| <a href="#">Mundo Joven</a>             |  |  | Director RH      |  | <a href="mailto:d.gallegos@mundojoven.com">d.gallegos@mundojoven.com</a>                       | Correo enviado 21/8/20                                   |
| <a href="#">Blk Global</a>              |  |  | Recursos Humanos |  | <a href="mailto:nohemi.campos@blk.global">nohemi.campos@blk.global</a>                         | Correo enviado 21/8/20                                   |
| <a href="#">IVHO</a>                    |  |  | Director General |  | <a href="mailto:esteban@ivho.mx">esteban@ivho.mx</a>   | Correo enviado 29/9/20 y Se<br>realiza llamada           |
| <a href="#">EHuman</a>                  |  |  | Director RH      |  | <a href="mailto:operaciones@ehuman.com.mx">operaciones@ehuman.com.mx</a>                       | Correo enviado 29/9/20                                   |

## 16.5 Plantilla de correo electrónico para contactar a clientes potenciales.



Me presento soy Adan Contreras, de desarrollo de proyectos corporativos de 7Speaking, plataforma online de aprendizaje de idiomas (inglés, francés, español, alemán, italiano, del nivel A1 hasta C2), hemos detectado que diste clic en uno de nuestros enlaces para conocer más sobre la plataforma.

¿Podríamos agendar una llamada, para conocer tus necesidades y brindarte más información? Requerimos 15 minutos.

¡Saludos...!!!

**Adan Contreras Desarrollo de proyectos Corporativos**

Tel: +52(449)361 6098

[www.lighthouse.edu.mx](http://www.lighthouse.edu.mx)

Representante Autorizado 7Speaking México



## 16.5.1 Plantilla para un segundo correo al cliente potencial.

Me presento soy Adan Contreras, de desarrollo de proyectos corporativos de 7Speaking, plataforma online de aprendizaje de idiomas (inglés, francés, español, alemán, italiano, del nivel A1 hasta C2), hemos detectado que diste click en uno de nuestros enlaces para conocer más sobre la plataforma.

¿Podríamos agendar una llamada, para conocer tus necesidades y brindarte más información?. Requerimos 15 minutos.

Saludos. !!!

**Adan Contreras Desarrollo de proyectos Corporativos**  
Tel: +52(449)361 6098  
[www.lighthouseels.edu.mx](http://www.lighthouseels.edu.mx)  
Representante Autorizado 7Speaking México

**LIGHTHOUSE** Language Services **7speaking.com**

3 Attachments

7SPEAKING- Flyer ...  
7Speaking-Innovati...  
7Speaking - Ficha ...

Reply Reply all Forward

Muchas gracias por su interés en contactar con 7Speaking, adjunto información general antes de poder comunicarme con usted en breve para definir su proyecto de capacitación en idiomas.

Organismo de formación y editor de solución de Digital Learning, ponemos a disposición de las empresas una plataforma online de aprendizaje de idiomas (inglés, francés, español, alemán, italiano, del nivel A1 hasta C2), eficaz y pedagógica, explotando una multitud de contenidos “adaptativos” combinada con clases telefónicas o Visio conferencias.

**Adan Contreras Desarrollo de proyectos Corporativos**

**Tel: +52(449)361 6098**

[www.lighthouseels.edu.mx](http://www.lighthouseels.edu.mx)

Representante Autorizado 7Speaking México

**7**speaking.com

## 16.6 Presentación anexada a oferta por correo.



7 SPEAKING

### Innovative Language Learning

7speaking.com  
Innovative language learning

7speaking.com

### Nuestra misión

Nuestra misión consiste en acompañar de la mejor forma a los talentos de tu empresa proporcionando un dispositivo pedagógico 4 veces más eficaz que un dispositivo tradicional.

Nuestro equipo está completamente dedicado al éxito de sus clientes. Trabajamos diariamente para contribuir a la creación de los estándares del mañana.

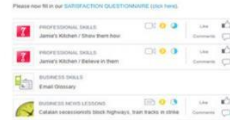


### Lo que nos hace diferentes

Hello Jane DOE



Your Program



Organismo de formación a la vez que editor de solución de Digital Learning, ponemos a disposición de las empresas una plataforma de aprendizaje eficaz y pedagógica, explotando una multitud de contenidos "adaptativos".

Al proponer productos innovadores, 7speaking es un actor investido en la puesta en práctica de los últimos avances provenientes de las investigaciones en ciencias cognitivas.

Nuestros equipos pedagógicos aportan su "savoir-faire" y proponen contenidos relacionados con los objetivos y centros de intereses de cada colaborador.

A través de este documento, queremos compartir nuestra pasión y la riqueza de nuestra proposición de valor.

Esta riqueza explica por qué 7speaking ha sido elegido en 2019 como mejor instituto de formación lingüística según Statista Index Confiance en Francia.

2 | 7speaking | Innovative Language Learning

7speaking.com

### Un ecosistema de aprendizaje único

El único objetivo de nuestra plataforma lingüística es garantizar la progresión de cada alumno, independientemente de sus motivaciones. Nuestro espacio de estudio de documentos se presenta en forma de interfaz pedagógicamente rica y estimulante gracias a la que los usuarios pueden visualizar documentos en forma de vídeo o leer documentos en forma de texto.

Basada en un enfoque "Learner Centric", esta interfaz click-and-study ha sido concebida para que el usuario pueda encontrar todos los recursos después de cada lección. Sin perturbaciones externas, los usuarios pueden concentrarse en el aprendizaje fácilmente.

Para asegurar una experiencia y comprensión lingüística óptimas, 7speaking trabaja en asociación con Collins Dictionary. Nuestro equipo pedagógico enriquece igualmente cada uno de los recursos a diario. Por último, se propone un test al final de cada lección para asegurar que los conceptos estudiados sean comprendidos e integrados.



3/6

### Un amplio número de recursos de estudio



Nuestra cultura de empresa es lo que nos define; creemos firmemente que los auténticos recursos constituyen la única forma de ayudar a los alumnos a que integren lo que es un verdadero intercambio lingüístico. Trabajamos en asociación con algunas de las agencias de prensa más conocidas a nivel mundial (EuroNews o Associated Press) para proporcionar contenidos de aprendizaje interactivos que permitan a los alumnos formarse a la vez que se informan. De esta forma pueden mejorar sus capacidades lingüísticas más rápido que mediante los recursos pedagógicos tradicionales.

Nuestro equipo pedagógico añade más de 30 documentos de actualidad cada semana y los transforma en clases de vídeo interactivas. En 7speaking las clases son animadas por los más conocidos empresarios, personalidades políticas o del showbiz.

3 | 7speaking | Innovative Language Learning

7speaking.com

### Programas de aprendizaje a medida

Muchas plataformas de aprendizaje de idiomas ofrecen programas genéricos a sus clientes.

En 7speaking, creemos que cada colaborador debería de tener acceso a un programa a medida específico y ajustado en tiempo real y adaptado a su nivel, intereses y antecedentes de aprendizaje.

Nuestra tecnología permite crear un programa pedagógico único y personalizado para cada usuario según tres criterios diferenciadores:

- Su nivel de idioma
- Sus preferencias y centros de intereses
- Sus actividades pasadas

7speaking utiliza la Inteligencia Artificial para proponer el contenido más pertinente y adaptado a cada colaborador.

### Una comunidad de alumnos con ganas de compartir sus conocimientos y experiencias



4/6

Según la página Psychology Today [1], la fijación de la memoria se hace igualmente a través del aprendizaje social. De hecho, desde pequeños aprendemos observando el comportamiento y las actitudes de los demás

e imitándolos. Posteriormente queremos progresar gracias a los ánimos y estímulos. En 7speaking creemos en la integración de este enfoque dentro de las soluciones de aprendizaje de idiomas.

Pionero del Social Learning, 7speaking propone un total de 18 comunidades de alumnos. Cada comunidad ha sido creada para cubrir todos los sectores de actividad de nuestros clientes, desde el mundo de los negocios al lujo, pasando por las finanzas hasta el medio ambiente.

1. <https://www.psychologytoday.com/us/basics/social-learning-theory>

4 | 7speaking | Innovative Language Learning

Los usuarios pueden debatir sobre temas cotidianos propuestos por nuestros expertos y compartir sus cuestiones con los coaches lingüísticos y los demás alumnos. De esta forma se corrige y evalúa la expresión escrita. Los alumnos pueden incluso discutir

entre ellos en tiempo real mediante nuestro chat integrado. Gracias a la gamificación y actualización de las progresiones realizadas, ¡los alumnos están siempre animados y motivados!

### Un ROI imbatible controlado por los KPI

Para reforzar nuestros programas pedagógicos, proponemos potentes herramientas de monitorización y big data. De esta forma es posible ajustar las prioridades según la estrategia de formación y medir instantáneamente el ROI gracias a los indicadores clave de rendimiento.

Gracias a 7Speaking podrás:

- Generalizar el acceso a la formación lingüística a todos los colaboradores

- Cartografiar el nivel y las necesidades en idiomas de toda la empresa
- Permitir a determinados colaboradores ser operacionales en su profesión de forma 4 veces más rápida
- Generar la adhesión de alumnos y conseguir índices de compromiso óptimos

## Nuestras Soluciones & Ofertas



Para más información, consulta nuestra ficha de producto



### Contacto

7SPEAKING ESPAÑA

Madrid

Tel.: +34 910 76 21 58

[contacto@7speaking.com](mailto:contacto@7speaking.com)

[www.7speaking.com](http://www.7speaking.com)

CONTACTANOS

## 16.7 Flyer promocional



7speaking.com

No elija más entre formación y preparación para las certificaciones

**El complemento ideal de los cursos tradicionales**

- 5 lenguas de aprendizaje (inglés, francés, alemán, italiano y español) y una interfaz disponible en 12 lenguas,
- Más de 3000 horas de clase con videos interactivos de uso ilimitado,
- Situaciones de comunicación reales para progresar en su futura profesión y poner en práctica sus conocimientos,
- Interfaz moderna e intuitiva.



**Descubrir, profundizar, entrenarse: 4 talleres para asimilar todas las nociones básicas**

- Talleres de vocabulario, gramática, business skills y pronunciación y miles de test y ejercicios para evaluar sus progresos.
- Módulos temáticos para todas las profesiones y los sectores de actividad.



**Prepare a sus alumnos para las certificaciones lingüísticas más prestigiosas**

- Múltiples test TOEIC® y TOEFL® para ejercitarse o simular condiciones reales de examen.

**Y además:**



Micro Learning: el estudiante recibe diariamente una clase basada en las noticias del día.



Adaptive Learning: actividades claras y personalizadas, definidas según el nivel y los intereses de cada alumno.



Mobile Learning: ¡para formarse desde donde quiera y cuando quiera! PC, Mac, tabletas y smartphones Android e iOS.



**Elija 7Speaking y garantice un excelente Blended Learning**

- El espacio coach permite personalizar y orientar la formación 7Speaking,
- Diseñe actividades específicas a un alumno o un grupo de alumnos,
- Aporte instrucciones pedagógicas y manténgase en contacto,
- Añada sus propios recursos pedagógicos a sus programas personales.



**Verifique de un solo vistazo el desarrollo de la formación 7Speaking**

- Interfaz de control: diversos indicadores permiten verificar si todo está normal,
- Cuadro de síntesis con los datos de seguimiento de todos los alumnos,
- Seguimiento preciso basado en 25 criterios: nivel, progreso, tiempo dedicado, etc.



**Elija un líder indispensable: más de 100 escuelas y universidades internacionales han elegido 7Speaking**



**Contacto**

7SPEAKING SAS  
16-18 rue Guillaume Tell  
75017 Paris, Francia  
Tel. : +33 1 44 75 09 77

[contact@7speaking.com](mailto:contact@7speaking.com)  
[www.7speaking.com](http://www.7speaking.com)

CONTACTÉNONOS

7Speaking SAS - Capital social de 48 740 € - RCS Nanterre 438 207 130



## 16.8 Ficha solución



Descubre la formación lingüística 4 veces más eficaz



**Facilita**  
el acceso a la formación en idiomas a todo tu colectivo



**Cartografía**  
el nivel y las necesidades lingüísticas de toda tu empresa



**Motiva**  
a tus empleados y logra tasas de participación óptimas

## NUESTRAS SOLUCIONES

### Una inmersión lingüística a través de las ciencias cognitivas

Basada en el modelo 70-20-10, la fórmula 75speaking combina innovaciones pedagógicas y tecnológicas: social learning, e-CLIL, gamificación y adaptive learning.

Mientras que los organismos de formación convencionales invierten 200 horas\* en que un empleado pase del nivel B1 al nivel B2, 75speaking garantiza resultados en tan solo 50 horas.



### DIGITAL LEARNING



**NEWS-BASED LESSONS**  
Formate e infórmate al mismo tiempo.



**DOBLE FORMACIÓN**  
Aprende inglés y aptitudes profesionales de manera simultánea.



**GAMIFICACIÓN**  
Motiva a tu colectivo a lo largo del proceso de aprendizaje.



**SOCIAL LEARNING**  
Aprendemos solos, pero nunca sin los demás.



**MICRO LEARNING**  
Tu clase de inglés viene a ti si tú no vas a ella.



**MOBILE LEARNING**  
Formate donde sea y cuando sea, online y offline.

### CLASES INDIVIDUALES

#### Un blended learning flexible y hecho a medida



**VIDEOCONFERENCIA**  
Un profesor cara a cara disponible en cualquier lugar y en cualquier momento.



**HERRAMIENTAS INTERACTIVAS**  
Aula, pizarra, documentos compartidos, nada te separa ya del profesor.



**PROGRAMA PERSONALIZADO**  
Un programa 100% a medida, adaptado al nivel y a las necesidades.



**PROFESORES CERTIFICADOS**  
100% nativos, con experiencia y con un diploma en enseñanza de idiomas.



5 idiomas de aprendizaje



## SEGUIMIENTO DE LA FORMACIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO

Potentes herramientas de monitorización basadas en el Big Data

### DASHBOARD DE RENDIMIENTO

Asegúrate de que la formación está cumpliendo con tus objetivos.

### ESPACIO COACH

Asigna actividades, da instrucciones o añade tus propios materiales al programa.

### INFORME Y SEGUIMIENTO

Una potente interfaz de monitorización para supervisar la actividad de tus alumnos en tiempo real basada en 25 criterios.

### DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS

Firma con razón y descarga de documentos legales (certificados, hojas de asistencia, etc.)

## SEGUIMIENTO Y ADMINISTRACIÓN



## ACOMPAÑAMIENTO

### CARTOGRAFÍA LINGÜÍSTICA

Auditoría del nivel y de las necesidades de los empleados. Identificación del colectivo para formar.



### JEFE DE PROYECTOS PERSONAL

Un único interlocutor 100% dedicado al éxito de tu proyecto y a la adecuación de tus objetivos.

### ASISTENCIA TÉCNICA Y PEDAGÓGICA

Disponible 24 horas al día, 7 días a la semana, por email y por teléfono

### ENCUESTAS DE EFECTIVIDAD

Encuesta final en línea enviada a todo el colectivo. Estudio sobre el impacto de la formación en la productividad y síntesis.

## NUESTRAS OFERTAS

Las ofertas ACCESS, PREMIUM y ELITE están destinadas a alumnos cuyas necesidades de formación lingüística han sido identificadas previamente. Si no es así, 7Speaking dispone de una solución automatizada para identificar las necesidades de tu empresa.

La oferta ACCESS permite acceder a las funcionalidades necesarias para el aprendizaje de idiomas a un precio ultracompetitivo.

access



premium

La oferta PREMIUM permite lograr un rendimiento óptimo en términos de progresión. Integra todas las innovaciones pedagógicas de 7Speaking, desde el Social Learning a la Doble Formación.

La oferta ELITE, similar a la oferta Premium, conviene a las empresas que desean producir sus propios cursos.

elite

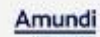
full access

La licencia FULL ACCESS permite hacer que la formación lingüística sea accesible a todos los empleados. Permite a la empresa realizar una cartografía de todas las necesidades y de los niveles lingüísticos.

## Un método reconocido y certificado



### Confían en nosotros



### ¿Alguna pregunta?

No dudes en contactarnos

✉ [contacto@7speaking.com](mailto:contacto@7speaking.com)

🌐 [www.7speaking.com/es/](http://www.7speaking.com/es/)

**16.9 Tabla comparativa de instituciones dedicadas a la enseñanza del inglés**

| Escuela        | Información  | Cursos y niveles   | Costo del curso   | Clases   | Método   | Comentarios             |
|----------------|--|--|---|--|--|-------------------------|
| English live   | Education first, internacional 60 años de Enseñanza  | Nivel 1 Principiante<br>Nivel 2 Intermedio<br>Nivel 3 Avanzado                                       | 1 año \$22,788  | En línea, 16 niveles de los cuales son 3 de interactivo, 45 min por clase, cada 30 min comienza una en línea y es grupal, son 5 a 6 horas semanales como mínimo.   | Todos los días recibirás por correo electrónico una lección en video en base a un tema de tu nivel. Simplemente selecciona tu nivel actual y comienza a practicar inglés en cualquier dispositivo.   | 1 Certificado.          |
| Open english   | Se realiza un examen de conocimiento para ver en qué nivel te encuentras.  | Nuestro curso de inglés en línea cuenta con 8 niveles y está basado en la metodología CEFR.          | curso intensivo de 6 meses \$12,570<br>curso de 1 año \$17,890  | Las 24 horas con profesores norteamericanos. Comienzan cada media hora y podrás tomarlas desde donde quieras. 7a 9 personas por grupo  | 3 métodos de aprendizaje<br>1 lecciones interactivas<br>2 ejercicios de practica<br>3 clases en vivo   | 4 Certificados.         |
| Quick Learning | La plataforma Online, está abierta las 24 horas del día los 7 días de la semana, por lo que puedes ingresar en cualquier momento del día para practicar las lecciones. | Curso 1 Intensivo<br>Curso 2 Semi-intensivo<br>Curso 3 Sabático.<br>cada curso cuenta con 10 Niveles | Intensivo:<br>3 hrs. diarias. Lunes a viernes. \$4,995.00 MX colegiatura mensual (ciclo de 4 semanas)<br>Semi-Intensivo:<br>1.5 hrs. diarias. Lunes a viernes. \$3,200.00 MX colegiatura mensual (ciclo de 4 semanas)<br>Sabatino:<br>7.5 hrs. Cada sábado \$3,200.00 MX colegiatura mensual (ciclo de 4 semanas) | horarios de lunes a viernes, desde las 07:00 am hasta las 08:30 pm (en CDMX, GDL, MTY hasta las 09:00 pm) de la noche y los sábados de las 8:00 am a las 03:30 pm. Antes de realizar el pago, confirma los horarios que tenemos disponibles para ti. | Donde primero te enseñamos a pensar y hablar en inglés con una excelente pronunciación, sin ver nada escrito, sin reglas gramaticales y sin tareas en casa; y cuando ya lo hablas, entonces te enseñamos a leer y a escribir. Este método ya lo tienes comprobado, porque así aprendiste hablar español. | Certificación TOEFL ITP |

|             |   |  |   |  |  |                                |
|-------------|---|--|---|--|--|--------------------------------|
| Pro English | <p>Nuestro método de aprendizaje utilizamos Rosseta Stone, un software interactivo con un sistema de reconocimiento de voz que, mediante el uso de imágenes, texto y sonido, permite el aprendizaje de vocabulario y funciones gramaticales del idioma inglés</p> | <p>15 Cursos<br/>4 Niveles</p>                                   | <p>\$1,850 mensuales durante 13 meses, más inscripción de \$999</p> | <p>Presenciales<br/>Las clases están disponibles de 7:00 horas a 21:00 horas lunes a viernes, teniendo un rango de 14 horas para programar tus clases. No cuenta con plataforma ni aplicaciones para dispositivos.</p> | <p>4 Métodos de aprendizaje. 1<br/>Audio visual<br/>2 Club interactivo<br/>3 Software interactivo<br/>4 Chat de conversaciones</p>   | <p>Certificación ATS</p>       |
| Harmon Hall | <p>La plataforma online es el complemento ideal de nuestros cursos presenciales que te ayudarán a reforzar temas vistos en clase, seguir mejorando tu inglés aún fuera de salón de clases.</p>  | <p>8 cursos<br/>5 Niveles<br/>A1<br/>A2<br/>B1<br/>B2<br/>C1</p> | <p>\$48,990</p>   | <p>Estudia de lunes a jueves (free friday). 1 hora 45 minutos diarios. (sujeto a disponibilidad de horario y curso)</p>  | <p>Algo que nos hace diferentes, es nuestra metodología, fundamentada en las Best Teaching Practices, haciéndonos ricos y flexibles, porque logramos adaptarnos a las necesidades de cualquiera de nuestros estudiantes.<br/>Integral<br/>Fluida<br/>Interactiva</p> | <p>Certificación TOEFL ITP</p> |

## 16.10 Publicidad



**LIGHTHOUSE**  
Language Services  
*Leading the path  
to international Communication*



Follow us on  
**Facebook**



Follow us on  
**Instagram**

Connect with us on  
**LinkedIn**

<http://lighthouseels.edu.mx/>



7speaking.com Idioms on line

Av. Independencia 3004 Plaza Independencia Local 4 Jesús María, Ags. ☎ (419) 361.6098 ✉ [contacto@lighthouse.org](mailto:contacto@lighthouse.org)  
[www.lighthouseels.org](http://www.lighthouseels.org)

## 16.10.1 Publicidad en Instagram

← **lighthouselanguagese...** ⋮

 **161** **58** **8**  
Publicaci... Seguidor... Seguidos

Lighthouse language services  
lighthouseels.org/  
Independencia 3004, Jesús María, Aguascalientes  
20311

Sigue... ▾ Enviar m... Contactar ▾

Grid icon Profile icon

Grid of 6 posts:


- Happy Thanksgiving! Forever thankful.
- FELIZ DÍA DE MUERTOS
- Loonie Coltrain
- Cursos de Idiomas Online
- Aprende desde tu casa Cursos de Idiomas Online
- ¡Bienvenido ITEL! Iniciamos Nuestro Programa "Lighthouse en tu Escuela"

Grid icon Profile icon

Grid of 12 posts:

- Happy Thanksgiving! Forever thankful.
- FELIZ DÍA DE MUERTOS
- Loonie Coltrain
- Cursos de Idiomas Online
- Aprende desde tu casa Cursos de Idiomas Online
- ¡Bienvenido ITEL! Iniciamos Nuestro Programa "Lighthouse en tu Escuela"
- Knowing is not enough; We must apply. Willing is not enough; We must do.
- CURSOS ONLINE DE IDIOMAS
- Aprende Alemán Clase Online
- Aprende Inglés

## 16.10.2. Publicidad en Facebook



Independencia 3004, 20116  
Jesús María, México **CÓMO LLEGAR**

☎ 449 361 6098

✉ [contacto@lighthousels.edu.mx](mailto:contacto@lighthousels.edu.mx)

📩 Normalmente responde en un día  
[Enviar mensaje](#)

👤 Alexis, Juanii y 24 personas más han registrado una visita

🌐 <http://www.lighthousels.edu.mx/>


🕒 **Cerrado ahora** · 8:00-15:00 ▾

📄 Cursos de lenguas extranjeras y español, Servicios de traducción e interpretación,

[WhatsApp](#) 524492104673

**Lighthouse Language Services** 2 sept. a las 2:05 PM · 🌐

Aprende efectivamente, utiliza una herramienta que de verdad funciona y es dinámica en tu aprendizaje. ¡Contáctanos y comienza tu aprendizaje!




Aprende desde tu casa  
**Cursos de Idiomas Online**

**Lighthouse Language Services** 31 oct. a las 1:49 PM · 🌐

Happy Halloween to our SPOOKtacular Teachers and Students!!

Feliz Halloween a nuestros profesores y estudiantes SPOOKtaculares!

⚙️ · Califica esta traducción



#Halloween2020!  
where everyone shows up wearing the same mask

👍❤️ 3

1 vez compartido

[WhatsApp](#) 524492104673