

Propuesta de servicios, procesos y estructura organizacional de agencia que ofrezca aprender español recorriendo Latinoamérica

Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión para la Globalización
Por:

Valeria Virginia Mandakovic Seyler

Profesor Guía: Eduardo Contreras Villablanca

Santiago de Chile - Mayo 2010

No autorizada por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.

Miembros de la Comisión: Christian Willatt Herrera y Ximena Romero Vivero

Resumen . .	4
No disponible a texto completo. . .	5

Resumen

En el presente trabajo se realiza una propuesta de los servicios, de la estructura organizacional y de los procesos organizacionales de Latin Experience, una agencia que busca coordinar una red de institutos de español en Latinoamérica y comercializar a nivel internacional un servicio que vincule enseñanza del idioma español y turismo en la región. De esta forma, el trabajo conduce a la definición de los servicios que ofrecerá la empresa, el modo en que ésta se estructurará y de los procesos necesarios para su funcionamiento.

Este proyecto encuentra su justificación en un creciente interés en el mundo por aprender la lengua hispana y en el atractivo turístico que representa Latinoamérica, lo que abre espacio para una oferta combinada de español y turismo. A su vez, se visualiza un aporte de valor a institutos que hoy operan localmente al hacerlos partícipes de una red continental.

De esta forma, en primer lugar se presenta una descripción del mercado, a partir del cual se analizan los servicios que actualmente ofrecen escuelas de español, agencias e intermediarios con el fin de desarrollar una propuesta que agregue valor a los potenciales clientes. De este modo, se recopila y analiza información que permite establecer aquellos atributos del servicio valorados por los clientes, mediante el uso del modelo "Value Innovation Analysis", la aplicación de una encuesta a una muestra de personas pertenecientes a los mercados considerados prioritarios, otra a institutos de español de Latinoamérica, y la realización de entrevistas presenciales y telefónicas a directores de escuelas de español de distintos países de la región.

Como resultado de esta evaluación, se aprecia que la creación de una red educativa beneficia al grupo de escuelas locales miembros de la misma en cuanto las acerca a los servicios que las actuales agencias y cadenas de institutos ofrecen, en lo concerniente a múltiples locaciones y calidad de servicio. En adición, los servicios mencionados tendrían un menor precio en comparación con los grandes competidores. Para el cliente final, la oferta de servicios se resume en la entrega de alternativas de destinos, una adecuada selección de institutos, la integración del proceso de aprendizaje y el diseño de paquetes temáticos en base a análisis de mercados específicos.

Se analizan y proponen los procesos organizacionales que debieran operar para el adecuado funcionamiento del negocio de acuerdo a los servicios ofrecidos. Del mismo modo, se analiza y propone una estructura organizacional que permita un adecuado funcionamiento del negocio y favorezca la coordinación y eficiencia al interior de la empresa.

El trabajo concluye que en la industria de enseñanza de español en América Latina existe una oferta amplia pero difusa, razón por la cual Latin Experience tiene una ventaja competitiva al ofrecer paquetes temáticos que combinen cursos de español y turismo, dentro de un sistema que coordine la comercialización y favorezca la continuidad del proceso de aprendizaje. Como perspectivas a futuro, el negocio podría diversificar tanto su oferta de servicios como de mercados.

No disponible a texto completo.

No autorizada por el autor para ser publicada a texto completo en Cybertesis.