

**LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES MICRO AMBIENTE HACIA LAS  
CONDUCTAS DE LOS ESTUDIANTES DE PROGRAMAS O CURSOS DE  
INGLES EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA**



**FRANCISCO FLOREZ TORRES  
DAYAN TAPIA VELASQUEZ  
FRANK FERNANDEZ GONZALEZ**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ECONÓMICAS  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
SANTA MARTA D.T.C.H.**

**2011**

## TABLA DE CONTENIDO

1. TEMA
2. NOMBRE DEL GRUPO
3. INTRODUCCION
4. OBJETIVOS
  - 4.1. Objetivo general
  - 4.2. Objetivos específicos
5. JUSTIFICACIÓN
6. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO Y TEMPORAL
  - 6.1. Delimitación del Espacio Geográfico
  - 6.2. Delimitación del Espacio Temporal
  - 6.3. Duración Estimada
  - 6.4. Forma de observar los atributos ambientales y funcionales en las empresas de inglés.
7. DISEÑO METODOLÓGICO
  - 7.1. Cronograma de actividades
8. ANTECEDENTES
9. MARCO CONCEPTUAL
10. TECNICAS DE RECOPIACION DE INFORMACION PRIMARIA
11. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A LOS GERENTES
  - 11.1 Recomendaciones
12. CONCLUSIÓN
13. BIBLIOGRAFÍA
14. ANEXOS
  - 14.1. Formato de entrevista a gerentes
  - 14.2. Respuestas de las entrevista a gerentes
  - 14.3. Formato de entrevista a estudiantes
  - 14.4. Respuesta de entrevista a estudiantes

**1. LOS EFECTOS DE LAS VARIABLES MICRO AMBIENTE HACIA LAS  
CONDUCTAS DE LOS ESTUDIANTES DE PROGRAMAS O CURSOS  
DE INGLES EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA**

**2. NOMBRE DEL GRUPO DE INVESTIGACION**

**INPREING**

**(Investigaciones preliminares de ingles)**

### 3. INTRODUCCION

El proceso de la enseñanza de inglés en la ciudad de santa marta se encuentra en 4 centros de este sector empresarial. De los cuales se busca cualificar la aceptación de las personas hacia los programas de ingles personalizados con el fin de conocer la eficiencia y la eficacia de los centros de aprendizaje de ingles de santa marta como lo son El colombo, Obm, Ilc, Universidad del norte.

Hoy en día la mayoría de los egresados de la universidades no son bilingües en este caso el inglés, donde en está globalización hablar inglés es transcendental, muy pocos profesionales dominan y perfeccionan el inglés lo cual causa la perdida de negocios, proyectos con empresas internacionales, además se cree que el único que debe hablar en inglés en una empresa es el gerente y la encargada de comercio exterior lo cual hace a la empresa muy dependiente de lo q puedan hacer estas dos profesionales en este campo, por esto es indispensable que todos los empleados tengan nociones sobre el idioma ingles y lo manejen de manera adecuada.

La ciudades turísticas son un eje de llegada de extranjeros que en su mayoría no hablan el idioma español, su único lengua es en el idioma inglés, al momento de habitar la ciudad turística de santa marta quedan incomunicados con los ciudadanos que no hablan inglés, en este sentido ni los turistas hablan español y ni los samarios hablan el inglés, no hay forma de comunicarse entre el turista y el ciudadano de la ciudad de santa marta, por esto se pierden oportunidades de que los mismos turistas se queden en la ciudad mucho más tiempo y lo que pasa es que por el contrario duran un tiempo máximo de 1 mes por falta de comunicación.

Por último es importante decir que Hoy en día, en el competitivo mercado de trabajo, hablar inglés no es una opción, es una necesidad; Por algo se dice que el inglés es el idioma de los negocios. Si usted aprende inglés, tendrá una mejor oportunidad de conseguir un empleo mejor pagado o con un puesto más elevado, por esto, para todas las personas es fundamental aprender el idioma inglés ya que se habla de un profesional integro.

#### **4. OBJETIVO GENERAL**

- Conocer las preferencias de los consumidores a la hora de elegir un programa de inglés personalizado en la ciudad de santa marta.

#### **4.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Conocer cuál es la necesidad que tienen los estudiantes de la ciudad de santa marta en cuanto al manejo de un idioma extranjero
- Conocer que tanto influye el servicio prestado en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes.
- Establecer que tanto se están preocupando las empresas de enseñanza del idioma en su ambiente.
- Investigar que tanto están innovando las empresas especializadas en la enseñanza del idioma inglés.

## 5. JUSTIFICACION

Es importante saber que hay muchos los motivos que han inspirado a los investigadores a desarrollar la presente investigación, lo impactante es el número de personas implicadas de manera negativa o positiva en este proyecto, muchos cuando escuchan curso de ingles piensan en un profesor hablándoles ingles desde el principio sin ellos entender nada y confundidos pierden el tiempo y la plata, lo más relevante a esto es que hoy en día se están creando más empresas dispuestas a ofrecer dicho producto intangible.

Por este motivo es necesario indagar o conocer que tanto los estudiantes conocen las instituciones, como la perciben en su cognición, este factor ayuda a que cada empresa sea segmentada según la opinión de sus clientes.

También es un hecho fundamental que hoy en día la mayoría de los profesionales deben manejar un mínimo de dos idiomas, inclusive las grandes empresas en países como España se habla de políglotas. Aprender a hablar inglés bien puede ser lo mejor que haga para mejorar su vida, puede obtener si habla inglés la facilidad de saber ¿Qué le interesa? ¿La ciencia? ¿La Música? ¿La Computación? ¿La Salud? ¿Los Negocios? ¿Los Deportes? Pues bien, la mayor parte de estos conocimientos e información están principalmente en inglés, poder leer libros y periódicos, ver noticieros y programas de televisión, canales de deportes, películas y series, así como acceder a tecnología de última generación antes de que estas sean traducidas al español, obteniendo una ventaja competitiva sobre todas aquellas personas que no hablan inglés.

Sin embargo esto no se consigue de la noche a la mañana, se necesita un trabajo de concientización hacia el profesional recién graduado y la importancia de hablar una segunda lengua a empresas como requisito importantísimo para cualquier empleo.

## **6. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO Y TEMPORAL**

### **6.1. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO GEOGRÁFICO**

Nuestra investigación se llevó a cabo en el D.T.C.H. de Santa Marta, específicamente en algunas de las empresas de enseñanza, aprendizaje y perfeccionamiento del idioma inglés.

#### **DIRECCIONES:**

ILC: calle 18 # 22-53 barrio Jardín

OBM: av. Libertador # 14-08

UNIVERSIDAD DEL NORTE: calle 16 # 4-47

COLOMBO: calle 24 # 1<sup>a</sup>-39

### **6.2. DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TEMPORAL**

Nuestra investigación toma el periodo de tiempo comprendido entre 15 de abril al 26 de junio del año 2011.

### **6.3. DURACIÓN ESTIMADA**

La realización de esta investigación se tardó aproximadamente 2 meses y medio.

### **6.4. FORMA DE OBSERVAR LOS ATRIBUTOS AMBIENTALES Y FUNCIONALES EN LAS EMPRESAS DE INGLES.**

Mientras realizábamos nuestra indagación estudiamos a través de observación y realizamos entrevistas tanto a estudiantes que habían hecho o querían hacer un programa de inglés como a los gerentes encargados de estas empresas también analizamos la estructura física de las empresa que están en la ciudad con la idea de observar el micro ambiente y la cognición arrojada de los estudiantes y los gerentes al conocer las empresas de inglés

## 7. DISEÑO METODOLÓGICO

Para la realización de este proyecto de investigación se siguen los siguientes pasos.

- 1.\_ Planteamiento del problema según la situación o tendencia de hace 4 años.
- 2.\_ Formulación de los objetivos y Justificación del estudio.
- 3.\_ Revisión de la literatura e identificación de los antecedentes.
- 4.\_ Selección y preparación de los instrumentos para llevar a cabo la Investigación.
- 5.\_ Recolección información en el sector de la empresa de ingles en el cual se llevó a cabo la indagación
- 6.\_ entrevistas a realizarse a los gerentes de las empresas y a un número de estudiante de cada empresa de enseñanza del idioma ingles
- 7.\_ Análisis de las entrevistas de cada uno de los estudiantes y gerentes con relación a su programa de ingles.
- 8.\_ Formulación de recomendaciones a partir de resultados obtenidos.
- 9.\_ Finalización y sustentación del trabajo.



## 7.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Meses											
	Abril				Mayo				Junio			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1. Planteamiento de la idea de investigación												
2. Formulación de los objetivos y Justificación del estudio.												
3. Revisión de la literatura e identificación de los antecedentes.												
4. Selección y preparación de los instrumentos para llevar a cabo la Investigación												
5. Recolección información en el sector de la empresa de inglés en el cual se llevó a cabo la indagación												
6. entrevistas a realizarse a los gerentes de las empresas y a un número de estudiante de cada empresa de enseñanza del idioma ingles												
7. Análisis de los resultados arrojados.												
8. Formulación de recomendaciones a partir de resultados obtenidos.												
9. Finalización y sustentación del trabajo.												

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **SEGÚN LA SITUACIÓN O TENDENCIA HACE 4 AÑOS.**

Hace un tiempo existía un mercado compuesto por solo empresas reconocidas en la enseñanza del idioma, como la ya obsoleta instituto Meyer y su lema instituto Meyer enseña, tuvo mucha acogida, sin embargo no consiguió lograr el tan anhelado objetivo enseñar a hablar inglés, después de eso el estilo en tendencias cambio, se vio la necesidad de innovar creando un estilo personalizado debido a que en la forma tradicional de colegio y universidades no se estaba teniendo los resultados esperados y mucho menos cumpliendo las expectativas sembradas en la mente de aquel que pagaba su matrícula de ingreso a dicho curso, por esto se vio la necesidad de seguir vendiendo a aquellos que veían el hablar el idioma inglés como una fuente de progreso laboral y profesional en su vida, en este sentido más que vender un servicio de enseñanza del idioma se le vendía cumplir sus sueños o metas a futuro gracias a hablar inglés, pero, la realidad de la situación es que existía motivos de desánimo hacia tomar los cursos de inglés porque se presentaban un alto grupo de estudiantes que no habían podido graduarse por no pasar una prueba de insuficiencia de inglés, sin embargo entrar a un programa con permanencia en un año como mínimo no se justifica por solo pasar una prueba, es decir al estudiante pasar la prueba ya decae su interés por seguir estudiando; Por otra parte tras la negativa o el fracaso de los cursos tomados y no terminados por estudiantes, se crea un paradigma negativo en la mente de aquellos que lo han intentado todo para poder hablar un idioma diferente al español como el inglés, y es loro viejo no aprende a hablar, este pensamiento se impregna en la mente de las personas que han fracasado en épocas anteriores haciendo cursos de inglés y ven imposible aprenderlo, tras esto de ahí en adelante ninguna empresa será vista con buenos ojos y se crea una mente incapaz de realizar la enseñanza.

## **MARCO TEÓRICO (ambiente del consumidor)**

Desde hace tiempo, diferentes estudios nos han informado de cómo influyen las diferentes variables del ambiente en los locales comerciales tales como la música, la aglomeración, el ambiente, el olor y el color sobre la conducta del consumidor. Respecto a los efectos de la música, se ha comprobado que con la música lenta el ritmo del flujo de los compradores dentro del establecimiento es significativamente más lento. Esto significa que su permanencia en el establecimiento se alarga, por lo cual también se incrementan las posibilidades de que compre más. Por el contrario, una música rápida hace que el cliente realice sus compras con mayor celeridad. Estos datos pueden hacernos creer que el ritmo ideal de música es el lento pero no siempre es así, ya que los fines de semana la gente asiste en mayor número a los centros comerciales y tiendas, por ello la música ha de ser rápida para que exista mayor rotación dentro de los mismos.

Por lo que se refiere a los efectos de la aglomeración, se ha demostrado que la sensación de aglomeración varía el comportamiento ante la compra. Por ejemplo, se reduce el tiempo dedicado a la compra, se adquieren menos productos y se modifica el uso de la información dentro de la tienda. Sin embargo, este fenómeno produce que en épocas de rebajas, donde éstas son más impulsivas, el cliente elija más rápidamente el producto.

Por otra parte, el olor es uno de los componentes menos estudiados y, sin embargo, es uno de los que ejerce mayor influencia en comercios como alimentación, restaurantes o tiendas de cosmética. Existen algunos trabajos que afirman que el olor influye en la evaluación del consumidor del establecimiento así como en su comportamiento. Por ejemplo, se ha comprobado que las evaluaciones referidas al comercio y al ambiente del mismo son más positivas cuando el olor es agradable que cuando no lo hay.

Concretamente, el establecimiento se percibía más atractivo, moderno, etc. Asimismo, los consumidores estimaban que los productos eran más modernos, estaban mejor seleccionados y tenían más calidad. Además, manifestaban mayor intención de visitar el establecimiento en la condición de olor agradable que sin olor. Pero, hay que tener en cuenta que aunque el olor agradable es

importante a la hora de incitar a la acción, lo es más la congruencia del olor con el producto que estamos ofertando.

A nivel de oficinas, existe un informe japonés en el que se indica que el aroma de limón reduce en un 50 por 100 el nivel de errores.

Respecto a los efectos del color, las investigaciones han demostrado que el color afecta a las reacciones del organismo humano provocando respuestas fisiológicas, creando ciertos estados emocionales o atrayendo la atención. Así, por ejemplo, los colores calientes producen una mayor atracción física hacia los establecimientos mientras que los colores fríos lo hacen hacia el interior de la tienda. Por esta razón, los colores fríos resultarían adecuados para situaciones donde los consumidores tuvieran que tomar decisiones importantes ya que en este tipo de situaciones los colores calientes generarían más tensión, llegando a hacer la toma de decisiones más desagradable, hasta el punto de hacer aplazar la decisión de compra al consumidor.

Por lo que se refiere al ambiente, éste es un concepto que se utiliza para referirse a la impresión global que el consumidor tiene del establecimiento. El ambiente influiría de manera indirecta en las respuestas de consumo mediante el estado emocional que produce, el cual lleva a incrementar o disminuir la actividad de compra. Si genera estados emocionales positivos, el consumidor tenderá a permanecer más tiempo y, por tanto, habrá más posibilidades de que compre más productos.

Los efectos del ambiente no sólo influyen en el estado emocional, también lo hacen en la capacidad de autocontrol de los consumidores. Así los que están dotados de menos capacidad de autocontrol serán más vulnerables a los efectos del contexto y, por tanto, más proclives a que el gasto de recursos (tiempo y dinero) sea mayor. Pero la influencia del ambiente no se queda aquí sino que también afecta a la percepción de la calidad del producto, la cual interactúa con el tipo de producto. Por otra parte, el ambiente contribuye a crear la imagen global o actitud hacia el establecimiento así como a la elección del establecimiento.

Resumiendo, podemos decir que las variables ambientales influyen en aspectos como el tiempo de permanencia, la imagen que tenemos del establecimiento, la percepción de calidad, la satisfacción de compra... pero además hay que tener en cuenta que, aparte de estos factores ambientales, también influyen decisivamente los estados emocionales así como la propia personalidad de cada consumidor. Ante estos dos últimos factores poco podemos hacer excepto estudiar en profundidad las variables ambientales para intentar minimizar sus efectos o bien para implantar mecanismos de adaptación a ellas.

## **MARCO CONCEPTUAL**

**APRENDIZAJE:** es el proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación.

**AMBIENTE:** Se refiere a todas las características físicas y sociales del mundo externo del consumidor. Se define como el conjunto de medios en interacción con el organismo humano a causa de sus actividades

**MICRO AMBIENTE:** está integrado por las organizaciones y personas reales con las cuales se relaciona la empresa y su influencia directa en el comportamiento. (Clima interno, Arquitectura interna, Arquitectura externa, vendedor y familiares, Clientes, proveedores, competencia, reguladores y trabajadores).

**SERVICIO:** Un servicio es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente.

**AMBIENTE DEL CONSUMIDOR:** Es todo factor externo a este, el cual influye en su manera de pensar, sentir y actuar. Es importante para la estrategia de marketing, ya que es el medio en el que se colocan estímulos para influir en los consumidores.

**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:** El proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes o servicios.

**ESTADO EMOCIONAL:** Las emociones son fenómenos psicofisiológicos, que representan modos eficaces de adaptación a diversos cambios de las demandas ambientales.

**EXPECTATIVAS:** Posibilidad de conseguir algo beneficioso

**TOEFL:** es un examen que mide fluidez y conocimientos en el idioma inglés. Basado en el inglés que se habla en los Estados Unidos

**VENTAJA COMPETITIVA:** Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores

## 10. TECNICAS DE RECOPIACION DE INFORMACION PRIMARIA

Como investigación descriptiva se utilizó la siguiente técnica:

**Visitas a los centros de estudios**



**Recopilación de información**



**Entrevista a gerentes y estudiantes**



**Transcripción textual y Análisis**

**Entrevista 1:** se realizaron 4 entrevistas semiestructuradas a los gerentes de las diferentes empresas del habla inglés, enfocados a la revisión y observación del ambiente interno de la investigación, cuyo contenido se gravó en audio con una duración de 10 minutos cada una. Todas las entrevistas se transcribieron textualmente.

**Entrevista 2:** se realizó Entrevista con un estudiante de cada centro de investigación, enfocadas a la opinión individual de su punto de vista hacia su centro de educación del habla inglés, cuyo contenido se realizó en un formato y se respondió en este mismo.



## 11. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

En los resultados arrojados por las entrevistas realizadas Es admirable la cantidad de atributos emocionales donde los estudiantes aprecian la calidad y prestigio de cada uno de los cursos que realizan y los gerentes muy placenteramente hablan de la facilidades, calidad y prestigio que ofrece sus servicios para hablar inglés.

Expresaron con mucho agradecimiento y reconocimiento lo satisfechos que se sienten al momento de realizar los cursos en estos establecimientos, y lo felices que se sienten de pertenecer a unos de los mejores cursos de inglés de la costa, mencionan relevantemente la importancia de los beneficios q les prestan como asesorías, tutores, y las magníficas metodologías y procesos con los estudiantes además dicen que a través de los laboratorios y todas las técnicas que aplican son las más adecuadas para su aprendizaje.

Pero esta percepción positiva es un poco declinable, porque así como aprecian con mucha gratitud donde realizan sus cursos, también se presenta unas que otras molestias en algunos estudiantes de unos de los centros de estudios, mas sin embargo esto es relevante ante ellos porque su intención es continuar realizando sus cursos en sus centros de estudio de inglés.

## 11.1. RECOMENDACIONES

Los centros de estudios de inglés no están exentos de problemas que quizás normalmente en muchos casos hace parte del mundo de la academia, a pesar de mantener una importancia relevante frente a todos los estudiantes y profesionales dentro de la ciudad de Santa Marta posee problemas y que en pro de mejorar sus servicios se analizó lo siguiente.

Entre aquellos factores negativos que encontramos estuvieron las molestias de las instalaciones que dicen ser incómodas como es el caso del Colombo, o porque la información no es la correcta entre sus mismos empleados como se presentó en OBM, también deben tener en cuenta medir la capacidad de aprendizaje que llevan los estudiante en cada módulo para que de esta manera vayan acorde con lo que los estudiantes comprenden en el momento del aprendizaje.

## **ESTRATEGIAS A APLICAR**

Teniendo en cuenta los resultados de las entrevistas pudimos notar que los cursos de estudio de inglés tienen falencias, para las cuales recomendamos aplicar las siguientes estrategias y de esta manera brindar un mejor servicio integro a los estudiantes y profesionales interesados en aprender un segundo idioma en este caso el inglés

1. Crear buzón de sugerencias para que el estudiante se exprese de manera independiente.
2. Evaluar con más frecuencia a los estudiantes de cada curso para observar si su aprendizaje ha sido optimo y de esta manera lograr lo propuesto sin que los estudiante se retiren por falta de conocimientos.
3. Mantener las instalaciones adecuadas para el aprendizaje de un segundo idioma a través de laboratorios, salones cómodos.
4. Hacer actividades de lúdicas como karaokes para mantener la satisfacción de los estudiantes

## 12. CONCLUSIÓN

En esta investigación, se pudo identificar cuáles son los atributos funcionales y emocionales de los cursos de inglés de la ciudad de Santa Marta en sus estudiantes, se estableció que son más fuertes los atributos emocionales, ya que los sentimientos son más representativos y expresivos al momento de hablar del aprecio que sienten a donde realizan sus cursos.

Es preciso mencionar que todos los estudiante de sus diferentes cursos se sientes a gusto en donde realizan esté, aunque coinciden en que hay que solucionar ciertos aspectos relevantes tales como los mencionados anteriormente.

Por último es importante resaltar que una de las finalidades de esta investigación era conocer que tanto los estudiantes conocían y querían sus centros de estudios, al momento de indagar, nos dimos cuenta que los estudiantes conocen e investigaron antes de ingresar a estos establecimientos y que al momento de estar realizando los módulos se sienten satisfechos con el aprendizaje brindado y que recomendarían realizar cursos de inglés en los centros de estudio ya mencionados.

### 13. BIBLIOGRAFIA

<http://superfund.pharmacy.arizona.edu/toxamb/c1-2-2.html>

Clases del profesor Alejandro García puche

<http://smedel.obolog.com/macro-microambiente-76133>

Clases del profesor Alejandro García puche

<http://rivero.8k.com/comporta.html>

Clases de la profesora Regina Navarro

<http://es.thefreedictionary.com/expectativas>

[es.wikipedia.org/wiki/TOEFL](http://es.wikipedia.org/wiki/TOEFL)

<http://www.elergonomista.com/3ab12.html>

anexos

## ENTREVISTA DE SERVICIO (dirigidas a gerentes)

La presente entrevista se realiza con el fin de saber que tan importante es para su empresa la satisfacción de sus estudiantes en el entorno de la empresa.

1. ¿Considera Ud. Que la empresa cuenta con un ambiente ideal para ofrecer su servicio?
2. ¿Considera Ud. Que la empresa cuenta con las instalaciones adecuadas para que los estudiantes se sientan a gusto?
3. ¿Qué ha realizado la empresa en este último año para mejorar las instalaciones y el ambiente de sus estudiantes?
4. ¿La empresa cuenta con un personal apropiado para brindar la información precisa acerca de su servicio?
5. ¿Cómo califica sus servicios?
6. ¿Qué cualidad cree que define mejor a la empresa?
7. ¿Considera que tiene algún defecto? ¿Cuál?
8. ¿Qué cree la empresa que debe mejorar para ofrecer un mejor servicio los estudiantes?
9. ¿Qué tal es la comunicación entre los estudiantes y sus superiores?
10. ¿Qué diferencias generan en el aprendizaje para neutralizar a la competencia?
11. ¿Cómo definiría a la empresa

## Entrevista a gerente de ILC

Dayan:

Buenas tarde

La presente entrevista que vamos a realizar es con el fin de saber que tan importante es para la empresa la satisfacción del estudiante en su entorno.

Dayan: ¿considera usted que ILC cuenta con un ambiente ideal para ofrecer sus servicios?

Gerente: claro que si...

Dayan: ¿por qué?

Gerente: bien esto... nosotros somos un club privado profesional en el idioma inglés, no solamente les enseñamos entrenamiento, y especialización, y certificación a aquellas personas que consideran que tienen un grado de inglés, cuando vienen este tipo de personas aquí pues una de las preguntas que se les hace es bueno, que esta averiguando o usted viene por qué alguien se lo recomendó y hemos conocido pues esto muchas cosas que aquejan a los estudiantes y teniendo en cuenta todas los puntos de vista que ellos nos dicen pues obviamente nosotros tenemos óptimas condiciones para que el estudiante se sienta a gusto, una de las cosas que nosotros nos hemos dado cuenta es que el ambiente donde el estudiante se sienta en un sistema parecido al escolar o al universitario hay cierta presión que le impide desenvolverse con cierta naturalidad, entonces ocurre lo que muchas veces nos pasa a todos "niño por qué estas nervioso" se nos olvidó, nos da miedo de que la gente se vaya a burlar de que nosotros pronunciamos mal o nos da miedo el profesor; aquí lo que nosotros hacemos es que el estudiante se siente en un ambiente en familia por eso no hablamos de institución sino de club, donde el estudiante se vaya a sentir gusto. Y se pueda equivocar, listo aquí el que tiene boca se equivoca nadie se va a burlar por que desarrollamos un sistema privado como estamos en estos momentos, puede que el asesor este con un estudiante con dos con tres o con cuatro, o sea no manejamos muchos grupos para que el estudiante se sienta a gusto.



Dayan: ¿considera usted que la empresa ILC cuenta con las instalaciones adecuadas para que el estudiante se sienta a gusto?

Gerente: obviamente sí!! Esto, aquí el estudiante no tiene un sistema magistral de aprendizaje aquí contamos con diferentes tipos de aulas o laboratorios, donde dependiendo la actitud que va a desarrollar tiene su entorno esto, por ejemplo, estamos en el salón de actividades donde aquí la gente viene a encontrar su factor z por que el x es el de rcn o sea donde vamos aquí a cantar donde vamos a ver películas todo va a ser en inglés, hay otros salones que son donde se brinda la atención personalizada, las asesorías, partes conversacionales donde se le va a mirar eso al estudiante o sea donde hay una dinámica donde se sienta el estudiante que en realidad llegue a diez otro salón es un laboratorio donde hay tiene todo los implementos para que el haga terapias de lectoescritura de audio y pronunciación, entonces yo considero que si tenemos todos los implementos.

Dayan: bueno, ¿que ha realizado ILC en este último año para mejorar las instalaciones y el ambiente con respecto a los estudiantes?

Gerente: bueno en este momento hemos estado haciendo estudios así como ustedes están haciendo este estudio de satisfacción del estudiante, nosotros también tenemos en cuenta eso, lo que estamos entrando es a sistematizar un poquito más esto la parte de laboratorio que haya un poquito más de ambiente actualizado por decirlo así de una forma porque sabe que ahorita el analfabeta no es el que no sabe leer ni escribir sino el que no maneja un computador y el que no sabe hablar inglés, entonces por la parte del inglés no nos preocupamos pero por la parte del sistema si, queremos que el estudiante interactúe a nivel internacional, esto en los laboratorios entonces en eso en estos momentos estamos implementando con deseos de los mismos estudiante o sea nosotros empleamos las misma encuestas de la satisfacción para mirar que nos aporta y hemos visto sería importante.

Dayan: ¿la empresa cuenta con un personal apropiado para brindar la información precisa acerca de sus servicios?

Gerente: yo soy una de esas personas, que le brinda esa información al estudiante y creo que si se están dando cuenta que todo el personal no solamente nosotros sino que también las secretarias los “teachers” mi equipo esto ejecutivo todos manejan de una manera esto efectiva la información de nuestros productos cualquiera de estos nuestros empleados lo pueden decir al estudiante quien es la persona que le pueda brindar la información y si esta persona no está disponible ellos están aptos para brindar la información que necesita el estudiante.

Dayan: ¿cómo califica sus servicios?

Gerente: ¿del uno al diez?, 11 jajaja

Dayan: ¿qué cualidad cree que define mejor a la empresa?

Gerente: nosotros somos algo.... Una palabra que envuelva absolutamente todo mmmm... obviamente nosotros hablamos de que somos un club, por qué nos definimos como un club, porque obviamente trabajamos como un sistema exclusiva de persona que tienen un común denominador que para nosotros es un alto nivel cultural, que a diferencia de otra gente que dice que te confunde alto nivel cultural por parte adquisitiva, no tiene absolutamente nada que ver para mi alto nivel cultural es el grupo de personas que consideran que es importante que este en permanente capacitación para ser ofensivo obviamente somos un club donde la gente de alto nivel cultural tiende a sentirse como en casa entonces mmm yo diría espectacular.

Dayan: ¿considera usted que tiene algún defecto la empresa?

Gerente: bueno mmm.... Que estamos en poquitas ciudades, no tenemos una cobertura a nivel nacional, estoooooo y eso para mí es algo que me tiene muy preocupada porque estamos privando mucha gente de una capacitación tan garantizada que llena tantas expectativas entonces es algún defecto para mí o sea tenemos diez años de existencia a nivel nacional y creo que es hora de hacer un posicionamiento agresivo en el país.

Dayan: ¿qué cree la empresa ILC que debe mejorar para ofrecer un mejor servicio para los estudiantes?

Gerente: bueno esa pregunta se parece mucho a lo que nosotros hemos implementado este año como para mejorar los servicios entonces esto no te podría contestar otra cosa que eso era la herramienta de que nosotros utilizamos donde el estudiante la tiene que opinar y cuando digo tiene que opinar es cuando el estudiante ingresa sabe que debe traer un informe o una carta opinando sobre el programa nos ayuda a nosotros a estar organizados a saber que son las expectativas de los estudiantes si las llenamos o no, entonces hasta el momento pues lo único es que el estudiante tenga esa interacción a nivel informativo, o sea de la internet, porque es algo que me he dado cuenta que la gente se vuelve muy dependiente de eso me estoy dando cuenta que efectivamente a este tipo de mecanismos que es el internet hasta el momento me parece que sería muy básico manejar esa parte.

Dayan: ¿que tal es la comunicación entre los estudiantes y sus superiores?

Gerente: ¿tú me estás hablando de superiores: es el departamento directivo o cualquiera de los empleados de acá?

Dayan: cualquiera de los empleados.

Gerente: me parece que súper bueno, te cuento que yo le puedo preguntar a cualquiera de las secretarias, al señor de cartera, a los "teachers", a cualquiera y a todos en cualquier momento me dicen pasa esto con cualquier persona me comento esto y ellos saben que cualquier inconveniente si ellos no lo pueden resolver pues me lo pasan a mí y entonces me parece que es bueno porque o sino siempre nadie dice nada entonces siempre hay gente que opina algo que me quiera decir algo o sea que la gente se siente confiada de poder dirigirse al personal.

Dayan: ¿qué diferencias generan en el aprendizaje para neutralizar a la competencia?

Gerente: mmm... Bueno, para mi estamos fuera de competencia, o sea que te puedo decir, yo estoy muy enamorada, me siento muy privilegiada de pertenecer a este tipo de empresas, nosotros somos un club privado que nos amoldamos a la necesidad del estudiante, particularmente o sea no solamente te damos un solo molde sino depende a la necesidad y creo que eso nos hace

totalmente como te digo fuera de competencia, porque si es por la parte económica nos amoldamos a la capacidad del estudiante, si no quiere horario rígido, esto no le sirve, manejamos un horario flexible, si quiere mantener un solo horario, pues le manejamos un solo horario, si quieren pues esto como te digo si quiere tener un paquete familiar, tenemos paquete familiar, si quiere para una sola persona, se le da para una sola persona, si quiere perfeccionar le hacemos un programa para que perfeccione, si necesita viajar y necesita un intensivo le manejamos un intensivo, o sea nosotros nos amoldamos a la necesidad del estudiante y eso para mí nos hace esto fuera de concurso.

Dayan: ¿Cómo define la empresa ILC?

Gerente: divertida, con horarios flexibles, totalmente conversacional inglés coloquial, o sea para todos los gustos, mmmm fuera de lo tradicional, somos una institución que le brinda a los estudiantes la comodidad de llenar todas sus expectativas entonces yo definiría a ILC como un club privado totalmente fuera de lo tradicional o sea lo que te definí abajo costo y certificado

Dayan: eso es todo. Muchas Gracias.

## Entrevista a gerente de OBM

Frank: la presente entrevista que vamos a realizar es con el fin de saber que tan importante es para la empresa la satisfacción del estudiante en su entorno.

Frank: ¿considera usted que OBM cuenta con un ambiente ideal para ofrecer sus servicios?

Gerente: Contamos con un gran ambiente para el desarrollo de las actividades, garantizando comodidad, debido a que sabemos que para un aprendizaje eficiente es necesario, como te digo, que el estudiante se sienta a gusto, cómodo, que le den ganas de aprender, que sienta que equivocarse o pronunciar mal no es motivo de pena alguna, sino que tratamos que este se sienta como en casa, es por esto que pienso que tenemos el lugar ideal para aprender inglés.

Frank: considera usted que la empresa OBM cuenta con las instalaciones adecuadas para que el estudiante se sienta a gusto?

Gerente: a mi parecer pienso que las instalaciones que tenemos en estos momentos son agradables, de alguna manera no generan presión alguna a los estudiantes digo en estos momentos porque no es de nosotros esta propiedad pero estamos trabajando en eso, de esta forma sabemos que si tenemos los recursos necesarios para que el estudiante se sienta a gusto en su trayectoria por esta institución como pueden ser las diferentes aulas de clase

Frank: Que ha realizado OBM en este último año para mejorar las instalaciones y el ambiente con respecto a los estudiantes?

Gerente: bueno, nosotros nos consideramos pioneros en este mercado fue muy duro para entrar a esta ciudad, contamos con sucursales en todo el país teniendo la principal en la capital, tratamos de implementar horarios para la gente que trabaja y no les queda tiempo para poder hacer un curso de inglés y nosotros que hemos hecho, bueno hemos pensado en esas personas que quieren y no pueden, es atrapar nuevos consumidores para poder imponernos y ser reconocido a nivel nacional de manera excelente, es duro competir en

esta plaza que está copada por muchas instituciones pero acá estamos con gran conocimiento y buena disposición a toda esa gente.

Frank: cuenta la empresa con un personal apropiado para brindar la información precisa acerca de sus servicios?

Gerente: Tenemos un personal altamente capacitado y calificado para la enseñanza del idioma, entonces como te digo tanto administradores como profesores o sea cualquier funcionario de la institución está en la capacidad de dar la información de los servicios acá prestados a cualquier cliente.

Frank: como calificas tus servicios?

Gerente: Excelente, estamos creciendo de manera impresionante.

Frank: que cualidad cree que define mejor a la empresa?

Gerente: nuestro prestigio es lo que nos ha caracterizado por ser reconocida como una empresa seria e integra.

Frank: considera usted que tiene algún defecto la empresa?

Gerente: NO, CONTAMOS CON LAS TECNICAS Y METODOLOGIA PARA SER EFICIENTES Y EFICACES AL MOMENTO DE PRESTAR NUESTRAS SERVICIOS.

Frank: que cree la empresa OBM que debe mejorar para ofrecer un mejor servicio para los estudiantes?

Gerente: algo para mejorar seria incursionar en la enseñanza de otros idiomas, no solo ingles por ejemplo, entonces como te digo como empresa en crecimiento creo que estamos pensando en grande.

Frank: Como es la comunicación entre los estudiantes y sus superiores?

Gerente: Hay una comunicación bastante agradable, si te das cuenta el ambiente es familiar, un entorno calificado para aprender, donde además de profesores los estudiantes tendrán consejeros y amigos.

Frank: que diferencias generan en el aprendizaje para neutralizar a la competencia?

Gerente: somos y estamos abierto para toda clase de personas en nuestra institución estamos para servir a toda persona que quiera de nuestros servicios, nuestros cursos tienen una ventaja que es, si te vas de la ciudad nosotros le brindamos el mismo servicio al estudiante a la ciudad donde va ir y si no estamos en esa ciudad que lo dudo mucho pues le congelamos su paquete de estudio del idioma de inglés, en esta institución los alumnos no pierden los modulo acá nos enfocamos con el hasta que se suelte y pueda aprender el idioma.

Frank: Como define la empresa OBM?

Gerente: La segunda casa para los estudiantes, donde no se sentirán en un instituto, sino en un hogar, donde aprenderán de manera didáctica y eficiente un segundo idioma, con calidad garantizada

Frank: eso es todo. Gracias.

## ENTREVISTA DE SERVICIO (dirigidas a gerentes)

**MARION URREGO SOTO (UNIVERSIDAD DEL NORTE)**

La presente entrevista se realiza con el fin de saber que tan importante es para su empresa la satisfacción de sus estudiantes en el entorno de la empresa.

1. ¿Considera Ud. Que la empresa cuenta con un ambiente ideal para ofrecer su servicio?

R/ Si. La empresa cuenta con todo los medios audiovisuales, salones, equipos para desarrollar las clases en un ambiente confortable.

2. ¿Considera Ud. Que la empresa cuenta con las instalaciones adecuadas para que los estudiantes se sientan a gusto?

R/ Si. Las instalaciones tienen todas las medidas de seguridad para desarrollar las clases.

3. ¿Qué ha realizado la empresa en este último año para mejorar las instalaciones y el ambiente de sus estudiantes?

R/ Se realizan fumigaciones mensuales, los salones cuenta con todas las características físicas necesarias para el desarrollo de las clases como (video beam, audio, proyectores, portátiles).

4. ¿La empresa cuenta con un personal apropiado para brindar la información precisa acerca de su servicio?

R/ Todo el personal está capacitado para responder y solucionar cualquier inquietud de cualquier cliente.



5. ¿Cómo califica sus servicios?

R/ 5/5. Porque manejamos un programa de ingles integral (Reading,listening and Speaking)

6. ¿Qué cualidad cree que define mejor a la empresa?

R/ Integralidad, compromiso y excelencia academica.

7. ¿Considera que tiene algún defecto? ¿Cuál?

R/ No

8. ¿Qué cree la empresa que debe mejorar para ofrecer un mejor servicio los estudiantes?

R/ Ampliar nuestras instalaciones para ofrecer más cursos los fines de semana.

9. ¿Qué tal es la comunicación entre los estudiantes y sus superiores?

R/ Es una comunicación respetuosa basada en la necesidad de aprender de manera eficaz y de enseñar eficientemente el idioma.

10.¿Qué diferencias generan en el aprendizaje para neutralizar a la competencia?

R/ Que preparamos para el examen Toefl y que somos integrales.

11.¿Cómo definiría a la empresa?

R/ Como una empresa de calidad preocupada por la excelencia academica y en pro de la mejora de la región.

## ENCUESTA DE SATISFACCION DEL USUARIO

Nombre:

---

1. ¿Se encuentra actualmente realizando un curso de inglés?

Si  No

2. ¿fecha en que se matriculo a realizar el curso de inglés?

---

3. ¿Empresa donde ejerce o ejerció el curso de inglés?

---

4. ¿Cómo fue la atención prestada al momento de buscar información y matricularse?

Muy Amable  Amable  Sin Mucha Amabilidad  No Fue Amable

5. ¿Recibió claramente toda la información del servicio, condiciones de Pago y requisitos?

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

---

6. ¿Se encontró satisfecho con las condiciones que propuso la empresa?

Si  No

¿Porqué? \_\_\_\_\_

---

7. ¿Se encontró satisfecho con los horarios q acuerda la empresa para ejecutar los cursos?

Si  NO

¿Porqué? \_\_\_\_\_

---

8. ¿cómo le parecen las instalaciones del lugar?

Adecuadas     Inadecuadas

¿Porqué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. ¿El personal que labora en la empresa, da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que debe que realizar?

Sí     No     No Todos

¿Porqué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

10. considera usted que algún profesor no presta un buen servicio.

Si     No

¿Porque? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

11. ¿Cómo fue la atención del personal al momento de entregarle el material de estudio?

Muy Amable     Amable     Sin Mucha Amabilidad     No Fue Amable

12. ¿cómo le parece la calidad que cuenta el material didáctico que recibió para la enseñanza del idioma?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

13. ¿Cómo califica los servicios de la empresa en cuanto a sus metodologías?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

14. ¿Cómo califica los servicios en las asesorías?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

15. Opine usted de manera abierta que cree usted que debe mejorar la empresa para darle un mejor servicio.

---

---

---

16. ¿Diga tres cosas que más le gusta del servicio que recibe de parte de la empresa?

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

17. ¿Diga tres cosas que no le guste del servicio que recibe de parte de la empresa?

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

18. ¿Se encuentra satisfecho con los módulos realizados?

Sí       No

¿Por qué?

---

---

19. ¿Recomendaría aprender a hablar inglés en esta empresa?

Sí       No

¿Por qué?

---

---

## ENTREVISTA DE SATISFACCION DEL USUARIO

Nombre:

Armando Luis Lacera Rincón

1. ¿Se encuentra actualmente realizando un curso de inglés?

X Si \_\_\_No

2. ¿fecha en que se matriculo a realizar el curso de inglés?

Enero 2007 – Junio 2011

3. ¿Empresa donde ejerce o ejerció el curso de inglés?

Instituto de Idiomas de la Universidad del Norte

4. ¿Cómo fue la atención prestada al momento de buscar información y matricularse?

X Muy Amable \_\_\_Amable \_\_\_Sin Mucha Amabilidad \_\_\_No Fue Amable

5. ¿Recibió claramente toda la información del servicio, condiciones de Pago y requisitos?

X Si \_\_\_No

¿Por qué?

El instituto desde la página de internet brinda toda la información necesaria, así como también allá mismo la atención es inmejorable

6. ¿Se encontró satisfecho con las condiciones que propuso la empresa?

X Si \_\_\_No

¿Por qué?

Siento que el curso tomado y todos los niveles logrados fortalecieron mi conocimiento de una segunda lengua

7. ¿Se encontró satisfecho con los horarios q acuerda la empresa para ejecutar los cursos?

X Si \_\_\_NO

¿Por qué?

Brinda la capacidad al usuario de escoger su horario y la fortuna de que el instituto se encuentre dentro de las instalaciones de la universidad.

8. ¿cómo le parecen las instalaciones del lugar?

Adecuadas     Inadecuadas

¿Por qué?

Tanto los salones como los laboratorios están en las mejores condiciones y garantizan un aprendizaje didáctico.

9. ¿El personal que labora en la empresa, da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que debe que realizar?

Sí     No     No Todos

¿Por qué?

La gran mayoría de los profesores son extranjeros, es decir, que mejor que un nativo para enseñarte la lengua que quieres aprender.

10. considera usted que algún profesor no presta un buen servicio.

Si     No

¿Por qué?

Nunca tuve queja de los profesores con los que estudie, ni tampoco escuche

11. ¿Cómo fue la atención del personal al momento de entregarle el material de estudio?

Muy Amable     Amable     Sin Mucha Amabilidad     No Fue Amable

12. ¿cómo le parece la calidad que cuenta el material didáctico que recibió para la enseñanza del idioma?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

13. ¿Cómo califica los servicios de la empresa en cuanto a sus metodologías?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

14. ¿Cómo califica los servicios en las asesorías?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

15. Opine usted de manera abierta que cree usted que debe mejorar la empresa para darle un mejor servicio.

Creo que así está bien

16. ¿Diga tres cosas que más le gusta del servicio que recibe de parte de la empresa?

- Profesores extranjeros
- Variedad de horarios
- Infraestructura y enseñanza didáctica

17. ¿Diga tres cosas que no le guste del servicio que recibe de parte de la empresa?

- Es costosa
- El sistema de calificación
- Número de estudiantes por salón

18. ¿Se encuentra satisfecho con los módulos realizados?

Sí     No

¿Por qué?

Los resultados obtenidos en el TOEFL fueron satisfactorios

19. ¿Recomendaría aprender a hablar inglés en esta empresa?

Sí     No

¿Por qué?

Gracias a mi propia experiencia me pareció un excelente instituto

## ENTREVISTA DE SATISFACCION DEL USUARIO

Nombre:

Solangee Borja

1. ¿Se encuentra actualmente realizando un curso de inglés?

X Si \_\_\_No

2. ¿fecha en que se matriculo a realizar el curso de inglés?

R/ 20 Noviembre 2009

3. ¿Empresa donde ejerce o ejerció el curso de inglés?

R/ OBM

4. ¿Cómo fue la atención prestada al momento de buscar información y matricularse?

X Muy Amable \_\_\_Amable \_\_\_Sin Mucha Amabilidad \_\_\_No Fue Amable

5. ¿Recibió claramente toda la información del servicio, condiciones de Pago y requisitos?

X Si \_\_\_No

6. ¿Se encontró satisfecho con las condiciones que propuso la empresa?

X Si \_\_\_No

¿Por qué?

R/ los horarios eran flexibles, era una institución reconocida, y tenía el interés de estudiar inglés

7. ¿Se encontró satisfecho con los horarios q acuerda la empresa para ejecutar los cursos?

X Si \_\_\_NO

¿Por qué?

R/ porque los programo yo.

8. ¿cómo le parecen las instalaciones del lugar?

X Adecuadas \_\_\_ Inadecuadas



¿Por qué?

R/ podría ser más espacioso pero las instalaciones son lo suficientemente amplias para trabajar a gusto.

9. ¿El personal que labora en la empresa, da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que debe que realizar?

Sí  No  No Todos

¿Por qué?

Siempre tienen la información que uno solicita de ellos

10. considera usted que algún profesor no presta un buen servicio.

Si  No

¿Por qué?

R/ todos están bien capacitados

11. ¿Cómo fue la atención del personal al momento de entregarle el material de estudio?

Muy Amable  Amable  Sin Mucha Amabilidad  No Fue Amable

12. ¿cómo le parece la calidad que cuenta el material didáctico que recibió para la enseñanza del idioma?

Excelente  Bueno  Regular  Malo

13. ¿Cómo califica los servicios de la empresa en cuanto a sus metodologías?

Excelente  Bueno  Regular  Malo

14. ¿Cómo califica los servicios en las asesorías?

Excelente  Bueno  Regular  Malo

15. Opine usted de manera abierta que cree usted que debe mejorar la empresa para darle un mejor servicio.

16. ¿Diga tres cosas que más le gusta del servicio que recibe de parte de la empresa?

- Flexibilidad de horarios
- Asistencia personalizada
- Socialización con otros estudiantes

17. ¿Diga tres cosas que no le guste del servicio que recibe de parte de la empresa?

- Confusiones en cuanto al manejo de algunos procesos (Me refiero a las personas que dan la información a veces una recepcionista te da una información pero otra te dice otra un ejemplo de un caso q me paso: pasé la carta para solicitar extensión del programa, y me dijo que ellos llamaban, y ayer marqué porque estuve esperando la llamada, y la recepcionista me dice que somos nosotros quienes debemos llamar).

18. ¿Se encuentra satisfecho con los módulos realizados?

X Sí      \_\_\_ No

¿Por qué?

R/ Son completos, siempre se aprenden cosas nuevas, desde la construcción de oraciones hasta vocabulario

19. ¿Recomendaría aprender a hablar inglés en esta empresa?

X Sí      \_\_\_ No

¿Por qué?

R/ Es buen método y los horarios de estudio son convenientes para las personas que me rodean

## ENTREVISTA DE SATISFACCION DEL USUARIO

Nombre: HERIBERTO LINERO RODRIGUEZ

20. ¿Se encuentra actualmente realizando un curso de inglés?

Si  No

21. ¿fecha en que se matriculo a realizar el curso de inglés?

- 10 de febrero del 2010

22. ¿Empresa donde ejerce o ejerció el curso de inglés?

- Colombo americano

23. ¿Cómo fue la atención prestada al momento de buscar información y matricularse?

Muy Amable  Amable  Sin Mucha Amabilidad  No Fue Amable

24. ¿Recibió claramente toda la información del servicio, condiciones de Pago y requisitos?

Si  No

¿Por qué?

Porque al momento de tener la intención de matricularme es una de las preguntas más importantes por el cliente. (Que tan bueno es el curso y qué valor tiene)

25. ¿Se encontró satisfecho con las condiciones que propuso la empresa?

Si  No

¿Por qué?

Más que todo las condiciones fueron cumplir con los horarios, y llevar a cabo el cumplimiento de los módulos.

26. ¿Se encontró satisfecho con los horarios q acuerda la empresa para ejecutar los cursos?

Si  NO

¿Por qué?

Si, tienen diferentes horarios disponibles para tener acceso a cumplir con otros compromisos.

27. ¿cómo le parecen las instalaciones del lugar?

Adecuadas  Inadecuadas

¿Por qué?

En este punto si veo a esta entidad mal, ya que cuando entraba a esta institución me sentía como en el colegio por su infraestructura.

28. ¿El personal que labora en la empresa, da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que debe que realizar?

Sí  No  No Todos

¿Por qué?

Hay profesores que no usan los métodos adecuados o su metodología de estudio no va en su orden respectivo de acuerdo al nivel de nosotros los estudiantes.

29. considera usted que algún profesor no presta un buen servicio.

Si  No

¿Por qué?

Como lo había dicho antes, hay profesores que no utilizan la metodología adecuada.

30. ¿Cómo fue la atención del personal al momento de entregarle el material de estudio?

Muy Amable  Amable  Sin Mucha Amabilidad  No Fue Amable

31. ¿cómo le parece la calidad que cuenta el material didáctico que recibió para la enseñanza del idioma?

Excelente  Bueno  Regular  Malo

32. ¿Cómo califica los servicios de la empresa en cuanto a sus metodologías?

Excelente  Bueno  Regular  Malo

33. ¿Cómo califica los servicios en las asesorías?

Excelente  Bueno  Regular  Malo

No me preguntan por qué pero les diré. Prestan un buen servicio al momento de dar asesoría o información acerca del servicio prestado, explican la metodología de estudio (niveles, métodos) y formas de pago.

34. Opine usted de manera abierta que cree usted que debe mejorar la empresa para darle un mejor servicio.

Primero que todo en lo que más tiene falencias esta entidad es en su infraestructura, pienso que debe mejorar este aspecto como también dedicarles más tiempo a sus estudiantes para determinar claramente el nivel en que se encuentra cada uno de ellos y así comenzar con el plan estudiantil adecuado.

35. ¿Diga tres cosas que más le gusta del servicio que recibe de parte de la empresa?

- Atención al cliente
- Procesos estudiantiles
- Nivel académico (nombre de la empresa)

36. ¿Diga tres cosas que no le guste del servicio que recibe de parte de la empresa?

- La infraestructura
- Los grupos de estudio son muy grandes
- Algunos métodos no son los adecuados

37. ¿Se encuentra satisfecho con los módulos realizados?

Sí  No

¿Por qué?

Solo alcance a hacer 4 módulos y si me siento satisfecho con lo que alcance a aprender. (Pienso retomar mis estudios)

38. ¿Recomendaría aprender a hablar inglés en esta empresa?

Sí     No

¿Por qué?

Porque es una empresa con un buen nombre y unos buenos métodos de estudio y nivel académico.

Nombre: **Neyde Teresa Sierra González**

1. ¿Se encuentra actualmente realizando un curso de inglés?

X Si \_\_\_No

2. ¿fecha en que se matriculo a realizar el curso de inglés?

12 de enero de 2011

3. ¿Empresa donde ejerce o ejerció el curso de inglés?

ILC

4. ¿Cómo fue la atención prestada al momento de buscar información y matricularse?

X Muy Amable \_\_\_Amable \_\_\_Sin Mucha Amabilidad \_\_\_No Fue Amable

5. ¿Recibió claramente toda la información del servicio, condiciones de Pago y requisitos?

X Si \_\_\_No

. ¿Se encontró satisfecho con las condiciones que propuso la empresa?

X Si \_\_\_No

¿Por qué?

¿Se encontró satisfecho con los horarios que acuerda la empresa para ejecutar los cursos?

X Si \_\_\_NO

¿Por qué?

Tiene horarios flexibles y me permite realizar otras actividades

8. ¿cómo le parecen las instalaciones del lugar?

Adecuadas     Inadecuadas

¿Por qué?

Contamos con los salones y laboratorios necesarios para realizar las actividades

9. ¿El personal que labora en la empresa, da la imagen de estar totalmente cualificado para las tareas que debe que realizar?

Sí     No     No Todos

¿Por qué?

Todos los empleados y los profesores son competentes para prestar un servicio eficiente

10. considera usted que algún profesor no presta un buen servicio.

Si     No

¿Por qué?

Están capacitados para dictar las clases

11. ¿Cómo fue la atención del personal al momento de entregarle el material de estudio?

Muy Amable     Amable     Sin Mucha Amabilidad     No Fue Amable

12. ¿cómo le parece la calidad que cuenta el material didáctico que recibió para la enseñanza del idioma?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

13. ¿Cómo califica los servicios de la empresa en cuanto a sus metodologías?

Excelente     Bueno     Regular     Malo



14. ¿Cómo califica los servicios en las asesorías?

Excelente     Bueno     Regular     Malo

15. Opine usted de manera abierta que cree usted que debe mejorar la empresa para darle un mejor servicio.

R/: ampliar sus instalaciones, tener más docentes, y renovar los materiales del aula porque algunos ya no sirven.

16. ¿Diga tres cosas que más le gusta del servicio que recibe de parte de la empresa?

- Los docentes
- La metodología
- La atención que se presta es muy buena

17. ¿Diga tres cosas que no le guste del servicio que recibe de parte de la empresa?

- Se necesita más docentes extranjeros
- Algunos instrumentos de audio están dañados y algunos audífonos igual
- Más docentes para asesorías pues algunas veces no hay cuando uno las necesita.

18. ¿Se encuentra satisfecho con los módulos realizados?

Sí     No

¿Por qué?

Siento que he aprendido lo suficiente para los pocos módulos que e realizado

19. ¿Recomendaría aprender a hablar inglés en esta empresa?

Sí     No