



UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LENGUAS MODERNAS

TESIS DE GRADO: CREACION DE EMPRESA - MULTILINGUAL SOLUTIONS

PRESENTADO POR: LINA PAOLA RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ

CARLOS ANDRÉS YOPASÁ FLORIÁN

TUTOR: EDGAR MAURICIO RODRIGUEZ VANEGAS

BOGOTÁ D.C., NOVIEMBRE 2011

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	6
1. INTRODUCCIÓN.....	7
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	8
2.1 Objetivos del proyecto	8
2.2. Objetivos de la empresa.....	9
2.2 JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES	10
2.3 Análisis del Sector	17
2.4 Análisis del Mercado	22
2.5 Análisis de la Competencia (DOFA)	38
3 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS	44
3.4 Análisis del instrumento (Gráficas)	44
3.3 Ficha Técnica	54
3.4 Conclusiones del análisis de instrumento	55
4 ESTRATEGIA DE MERCADO	56
4.4 Concepto de Servicio:.....	56
4.2. Estrategias de distribución o difusión:	59
4.3. Estrategias de precio:	59
4.4. Estrategias de promoción:	60
4.5. Presupuesto de publicidad anual	60
5. PROYECCIÓN DE VENTAS	61
5.1. Operación:.....	61
5.2. Descripción del proceso del servicio:	61
5.3. Necesidades y Requerimientos:	62
6. PLAN DE COMPRAS	63
6.1 Costos de producción	63
6.2 Infraestructura	63
7. ORGANIZACIÓN	66
7.0. Misión y Visión:	66
7.1. Análisis DOFA del servicio ofrecido:.....	67
7.2. Estrategia Organizacional:.....	69
7.3. Aspectos legales:	71

7.4 Constitución de la empresa.....	75
7.5 Estructura Organizacional (organigrama)	76
7.6 Logo	79
8. COSTOS ADMINISTRATIVOS (TABLAS/GRÁFICAS)	81
8.1. Gastos de personal.....	81
8.2. Gastos de puesta en marcha:.....	81
8.3. Gastos anuales de administración:	82
9. FINANZAS	83
9.1. Tabla de ingresos:.....	83
9.2. Fuentes de financiación:	83
9.3. Tabla de egresos:.....	84
10.1 Impacto Social:	89
10.2 Impacto Económico:.....	90
10.3 Impacto Ambiental.....	91
11. EQUIPO DE TRABAJO	92
11.1. Perfil 1: Carlos Andrés Yopasá Florián.....	92
11.2. Perfil 2: Lina Paola Rodríguez Rodríguez.....	92
12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
13. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.....	94
16. ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
16.1 Plan financiero a 3 años	¡Error! Marcador no definido.
16.2 Encuesta 1	¡Error! Marcador no definido.
16.3. ENCUESTA 2.....	¡Error! Marcador no definido.
16.4. ANEXO APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	¡Error! Marcador no definido.
16.5. CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA 1. CRECIMIENTO FUTURO DEL SECTOR DE SERVICIOS DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.	13
GRÁFICA 2. INGRESOS DE LA INDUSTRIA DE BPO EN BOGOTÁ PARA LOS SEGMENTOS SELECCIONADOS (2004-2009)	18
GRÁFICA 3. EMPRESAS QUE CONFORMAN LA ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE CALL Y CONTACT CENTERS.....	22
GRÁFICA 4. INGRESOS Y CAPACIDAD INSTALADA DE LA INDUSTRIA DE CALL CENTER EN COLOMBIA (2001-2008) ..	26
GRÁFICA 5. RAZONES PARA INVERTIR EN COLOMBIA- POBLACIÓN.....	28
GRÁFICA 6. RAZONES PARA INVERTIR EN COLOMBIA- PIB.....	29
GRÁFICA 7. CRECIMIENTO DEL PIB EN COLOMBIA Y AMÉRICA LATINA (2011-2009)	30
GRÁFICA 8. PIB DE BOGOTÁ Y ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA (2008)	31
GRÁFICA 9. PRINCIPALES INVERSIONISTAS EXTRANJEROS DE BPO PRESENTES EN BOGOTÁ	32
GRÁFICA 10. PRINCIPALES INVERSIONISTAS LOCALES PRESENTES EN BOGOTÁ	33
GRÁFICA 11. INGRESOS Y CAPACIDAD INSTALADA DE LA INDUSTRIA DE CONTACT CENTERS EN COLOMBIA (2001- 2009)	36
GRÁFICA 12. COSTOS OPERATIVOS DIRECTOS* FTE** PARA OPERACIONES DE CONTACT CENTERS EN ESPAÑOL (US\$ MILES), 2008.....	37
GRÁFICA 13. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL SERVICIO	61
GRÁFICA 14. OFICINA DE MULTILINGUAL SOLUTIONS	64
GRÁFICA 15. PASOS DE LA CAPACITACIÓN	77
GRÁFICA 16. LOGO	79
GRÁFICA 17. LOGO SÍMBOLO.....	80

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. VENTAS EN MILLONES DE PESOS DE LOS BPO DEL 2001 AL 2008	20
TABLA 2. EXPORTACIONES DE LOS BPO DEL 2005 AL 2008.....	20
TABLA 3. PORCENTAJE DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS BPO EN EL PAÍS.	21
TABLA 4. ANÁLISIS DOFA EMPRESA TELEACCION	38
TABLA 5. ANÁLISIS DOFA	39
TABLA 6. ANÁLISIS DOFA	40
TABLA 7. ANÁLISIS DOFA	41
TABLA 8. COSTOS DE PRODUCCIÓN	63
TABLA 9. ANÁLISIS DOFA DE MULTILINGUAL SOLUTIONS	67
TABLA 10. ANÁLISIS DOFA IDEA DE NEGOCIO:	68
TABLA 11. INGRESOS.....	83
TABLA 12. EGRESOS.....	84

RESUMEN EJECUTIVO

Multilingual Solutions ofrece capacitación a los agentes de Contact y Call centers de Bogotá con dominio de una segunda lengua. La capacitación consiste en mejorar las falencias comunicativas que se presentan en empresas de este tipo, y así optimizar los servicios de estas compañías por medio de mejoras en el servicio prestado por sus agentes; siendo estas las características que la hacen diferente de las demás empresas prestadoras de servicios de capacitación.

Con base a los estudios realizados, se logro constatar que las empresas demandan un servicio que los ayude a mejorar la prestación de sus servicios y así evitar rotar o contratar nuevo personal, lo que genera pérdidas monetarias y de capital capacitado. Por esto, Multilingual Solutions ofrece sus servicios como una solución a este problema común en los Call y Contact Centers.

Inversión

Multilingual Solutions hará una inversión inicial de \$10.00.000 de pesos, destinados para la compra de: muebles y enseres, equipo de oficina (impresora, scanner y video beam) y papelería. También será utilizado para la constitución y legalización de la empresa, los sueldos de sus socios o empleados, arriendo, servicios, consumos de producción y gastos de mercadeo y publicidad. Esta inversión inicial estará proyectada para la puesta en marcha del primer año de Multilingual Solutions.

Resultados de los indicadores financieros

Teniendo en cuenta los resultados del formato financiero podemos decir que: la empresa tendrá una Tasa Interna de Retorno del 184,36%; factor que indica que el negocio será rentable, ya que supera el 18% de rentabilidad esperado por el emprendedor. Otro dato importante es el valor neto actual (VAN), el cual muestra la ganancia total que obtendrá Multilingual Solutions en un periodo de 3 años, según nuestros estudios este valor de \$27.100.640 pesos. Respecto a la rentabilidad neta podemos analizar que tendremos un aumento continuo cada año, lo cual significa que nuestras utilidades irán en ascenso.

Teniendo en cuenta lo anterior, nos damos cuenta que Multilingual Solutions es una empresa rentable, que genera excelentes resultados en aproximadamente un año, contando la operación de la empresa desde el año cero. Por eso hemos decidido hacer realidad este proyecto.

1. INTRODUCCIÓN

Multilingual Solutions – La imagen de su empresa en nuestras manos.

Multilingual Solutions es una empresa de servicios de capacitación, la cual se localizará en Bogotá (futuro medible, expandir el servicio fuera de la ciudad) enfocada a Call y Contact centers con dominio de una segunda lengua. El propósito de Multilingual Solutions es mejorar las falencias comunicativas que presenten algunos de sus asesores y así evitar la rotación de personal, prescindir de capital humano, o cambio de área de trabajo por tener algún tipo de dificultad en el manejo del idioma. Es a estos agentes a quienes Multilingual Solutions entraría a brindar este tipo de capacitación para que las empresas mejoren su nivel de servicio partiendo del profesionalismo de sus empleados y lograr así mejorar la imagen, funcionamiento y percepción de sus clientes. La capacitación estaría enfocada en: Reflexión sobre el servicio prestado, vocabulario, técnicas de atención telefónica en una segunda lengua, entrenamiento auditivo y juegos de rol.

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1 Objetivos del proyecto

Objetivo General: Crear una idea de negocio orientada a capacitar personal con dominio de una segunda lengua de Call y Contact centers de Bogotá, y así lograr que por su profesionalismo, las empresas internacionales vean a Colombia como un excelente mercado para sus operaciones de Outsourcing en otro idioma.

Objetivos específicos:

- Afianzar los conocimientos adquiridos en la carrera con el fin de aplicarlos en un marco empresarial.
- Demostrar las competencias comunicativas adquiridas en las empresas con dominio de una segunda lengua.
- Exponer los recursos y medios necesarios para crear una empresa con el enfoque de Multilingual Solutions.
- Crear empresa con un servicio innovador.
- Expandir el pensamiento multicultural adquirido en la carrera aplicándolo en un entorno empresarial.

2.2. Objetivos de la empresa

- *Objetivo general:* Ser líderes en el mercado en servicios de capacitación a call y contact centers bilingües del país, mejorando el servicio prestado por este tipo de empresas desde el profesionalismo y preparación de sus empleados, y de esta forma lograr mayor apertura comercial e inversión para este tipo de empresas.

Objetivos específicos:

- Aumentar anualmente mínimo un nuevo cliente.
- Generar utilidades anuales superiores respecto al año anterior.
- Expandir y mejorar su portafolio de servicios.

2.2 JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES

Colombia en su desarrollo empresarial ha creado y ha implementado diferentes técnicas para capacitación de su personal, para hacer así de sus empresas un mejor producto y un mejor servicio en todos los campos que esta ofrezca. Sin embargo, estas capacitaciones no han sido aplicadas de forma adecuada para ciertos tipos de empresas, las empresas con manejo de un segundo idioma. Esta clase de empresas, no han centrado o focalizado sus ideas en capacitar en detalles minuciosos, de gran ayuda y utilidad a sus empleados; es decir en cuestiones tan simples como una buena redacción en otra lengua, palabras adecuadas para dirigirse de manera oral o escrita a cierto tipo de organizaciones entre otras.

Multilingual Solutions será una de las empresas pioneras en brindar este tipo de servicio a las diferentes empresas que así lo requieran. De esta manera, este nuevo concepto ayudará mejorar no solo la parte externa de la organización, sino será de gran ayuda y soporte para mejorar sus funciones internas desde un buen entrenamiento y conocimiento de sus empleados, logrando así una mejor imagen de su empresa en todos los sentidos. Además porque los integrantes del Multilingual Solutions cuentan con un perfil profesional de Profesionales en Lenguas Modernas de la Universidad EAN, y están capacitados en el área de la comunicación, sumado a sus competencias en diferentes idiomas, haciéndolos profesionalmente más competitivos en este mercado; de esta manera se lograra focalizar esta idea de negocio y llevarla a cabo.

Dentro de las empresas donde la mayor parte de su personal domina una segunda lengua encontramos: los sectores de turismo, telecomunicaciones, alimentos, comercio y los crecientes Business Process Outsourcing (BPO).

El problema radica en que en estos sectores, sobre todo en el campo de las telecomunicaciones, la mayoría de sus trabajadores han aprendido el dominio una segunda lengua de manera no profesional, es decir de forma empírica, dada su estadía en el país de origen dicha lengua y por lo general estas personas presentan problemas en el uso correcto de esa segunda lengua. Basados en estadísticas actuales del Ministerio de Educación, en Colombia solo 450 mil personas, es decir un 1%, tiene nivel intermedio del inglés y apenas 35 mil, 0.08% tienen un dominio intermedio del inglés. Los BPO, Call Centers y centros de contacto bilingües, que cada vez tienen mayor crecimiento en Colombia, están contratando personal con el dominio general de una segunda

lengua más no con los conocimientos necesarios y técnicos en el uso correcto del idioma, generando así que las empresas tengan mayor rotación de personal, gastos innecesarios en la preparación y la capacitación de los mismos, además de los crecientes problemas en el servicio brindado; ya que estas empresas no han buscado profesionalizar el uso de una segunda lengua dentro de su compañía, para poder desarrollar con seguridad un mayor nivel de competencia, mejor servicio y un mayor número de posibles negocios a la hora de tener personal con un dominio general, a un personal con competencias y habilidades que fomenten el crecimiento de la organización.

Además el fenómeno de la globalización ha traído a los países grandes oportunidades pero, al mismo tiempo, grandes desafíos. La inserción de un país en la economía global genera mayor competencia a los mercados locales. Es así, que el hecho de mejorar el nivel de servicio en el manejo de una segunda lengua ha llevado a países como la India a ser más competitivos, y que cada vez más empresas extranjeras especialmente con los Call Center, vean este país como un recurso más económico y con un excelente servicio en la demanda que estas solicitan, asimismo la India se ha beneficiado enormemente por tener un número bastante grande de profesionales y técnicos con excelentes conocimientos en una segunda lengua. Esta característica les ha permitido atraer grandes industrias del conocimiento, como desarrollo nuevos software y diferentes tecnologías, entendiendo así, que llevar a cabo una idea similar en Colombia y poder emplearla en su mercado, atraería grandes empresas internacionales, se obtendría un mayor desarrollo y auge comercial en Colombia y sería un país más fuerte y competitivo empresarialmente a nivel mundial.

Dentro del plano de educación que va ligado a la función principal de Multilingual Solutions, se encuentra, que hay gran preocupación por mejorar el inglés manejado por las empresas y también por los estudios del manejo de inglés en Colombia.

En la publicación del ministerio de educación “En Colombia no se habla Inglés”, el ministerio ha hecho un estudio en el que se muestra que el nivel de inglés en Colombia es bastante bajo, sin embargo, con el programa Colombia Bilingüe lo que se está buscando es elevar esos niveles de inglés. Enrique Sandoval, consultor del proyecto intersectorial de bilingüismo, declara que tras la dificultad por aprender el idioma hay una causa social: *“que menos del dos por ciento de la población hable inglés, sin duda incluye un problema social, el manejo del idioma se ha vuelto una cosa clasista, es decir, sólo tienen acceso al mercado laboral con inglés las personas que tienen*

*altos niveles adquisitivos"*¹, la opinión del consultor refleja que no es obligatorio el manejo del idioma inglés, debido a que los criterios de evaluación no cuentan con gran número de las personas que trabajan en la mayoría de Call centers o BPO; ya que el conocimiento de una lengua a nivel general no se considera bilingüismo, es decir, que hay una necesidad existente dentro de estas empresas en mejorar pequeños aspectos para que el servicio que prestan llegue a estándares suficientes que le permitan a la empresa tener un crecimiento favorable y una mejora en su servicio.

Ahora bien, teniendo en cuenta la demanda que esta idea de negocio llegaría a cubrir, uno de los campos donde Multilingual Solutions desea tener mayor focalización en los *Business Process Outsourcing* (BPO) que es la subcontratación de funciones de procesos de negocios en proveedores de servicios, ya sea internos o externos a la compañía, usualmente en lugares de menores costos. BPO en español se traduce como "Externalización de Procesos de Negocios". En Colombia de acuerdo a un artículo presentado el 16 de Mayo del 2010 por el Sistema Nacional de Competitividad muestra que los BPO son un sector emergente con un gran potencial de desarrollo de acuerdo a este artículo: *"Entre 2005 y 2008 el sector de servicios de tecnología de la información, del cual el subsector servicios de Outsourcing o BPO representa el 31 por ciento, creció 76 por ciento. Este crecimiento permitió que el sector duplicara sus ingresos, pasando de UD\$ 148 millones en 2005 a UD\$ 487 millones en 2008. Así mismo, el sector pasó de generar 23.000 empleos a 50.000 y las exportaciones pasaron de UD\$ 15 millones a UD\$ 84 millones en el mismo período."*² Hoy en día, de acuerdo con la Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO, el sector de servicios de tecnología de la información, durante 2009 generó 57.883 empleos, exportó servicios por \$190.000 millones y sus ingresos fueron del orden de \$1.1 billones. Este desempeño permitirá cumplir las metas de largo plazo que el Programa de Transformación Productiva, de MinComercio ha planteado para el sector: 600.000 empleos creados, UD\$ 48.000 millones de ingresos y exportaciones por UD\$ 42.000 millones en el año 2032.

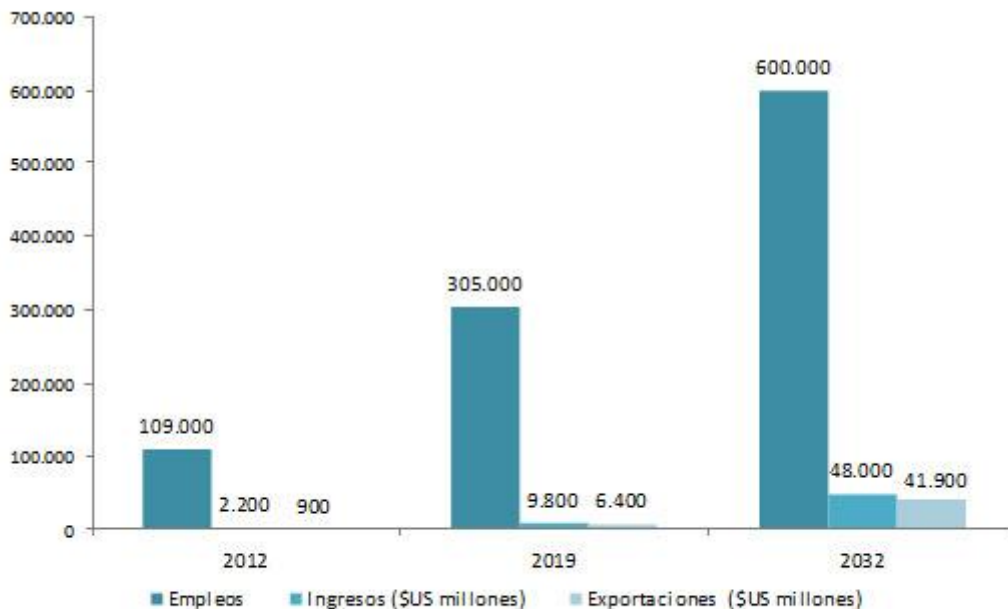
¹ Mineducación, (s.f.) Menos del 2% de la población habla inglés. Párrafo 9.

<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-98943.html>

² Piñeros, Camila, Agosto 5 de 2011. Estudio de las estrategias tecnológicas y corporativas en empresas de Contact Centers. Página 6, subtítulo 3.2 Panorama Nacional, párrafo 4.

http://www.laccei.org/LACCEI2011-Medellin/RefereedPapers/TM301_Pineros.pdf

Gráfica 1. Crecimiento futuro del sector de servicios de tecnología de la información.



Fuente: Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO

La tercerización es un nuevo enfoque que ha surgido como una necesidad de poder crear y sostener una empresa que sea productiva en todas sus actividades y pueda tener un alto desempeño en las mismas. “Outsourcing es el proceso en el cual una firma identifica una porción de su proceso de negocio que podría ser desempeñada más eficientemente y/o más efectivamente por otra corporación, la cual es contratada para desarrollar esa porción de negocio” siendo este proceso de gran ayuda para permitir a una organización tener éxito en cierta función sin necesidad de estar 100% concentrados en ella.

De acuerdo con monografias.com, “el outsourcing es una tendencia actual que ha formado parte importante en las decisiones administrativas de los últimos años en todas las empresas a nivel mundial.”³

³ Fernández, Ruddy, (s.f.) Outsourcing, subtítulo Definiciones y Consideraciones, párrafo 1.

Entre todas las definiciones apropiadas para darle un significado conciso a esta palabra se encuentran estas las siguientes:

- *“Es cuando una organización transfiere la propiedad de un proceso de negocio a un proveedor. La clave de esta definición es el aspecto de la transferencia de control.*
- *Es contratar y delegar a largo plazo uno o más procesos no críticos para un negocio, a un proveedor más especializado para conseguir una mayor efectividad que permita orientar los mejores esfuerzos de una compañía a las necesidades neurálgicas para el cumplimiento de una misión.*
- *Es el método mediante el cual las empresas desprenden alguna actividad, que no forme parte de sus habilidades principales, a un tercero especializado. Por habilidades principales o centrales se entiende todas aquellas actividades que forman el negocio central de la empresa y en las que se tienen ventajas competitivas con respecto a la competencia.”⁴*

Es importante resaltar, que este nuevo proceso y otros mas, han surgido de la globalización, ya que la globalización de una manera u otra ha obligado a los diferentes mercados a desarrollar nuevas tendencias tecnológicas, administrativas y retándolas a abarcar y a competir con mercados mucho mas fuertes a nivel internacional.

Debido a todo esto, las empresas han delegado actividades como manejo de nomina, plataformas de software, investigación de mercados, campañas promocionales, ya que este tipo de actividades pueden ser “tercerizables”.

Pero, ¿Qué diferencia un Outsourcing de una simple contratación? En una contratación, la empresa que adquiere el servicio es la que decide que productos o servicios son necesarios para la empresa y cuantas personas son necesarias para desarrollar dicha actividad, mientras que un Outsourcing, la empresa suplente es la que decide que, como y cuanto requiere para llevar dicho servicio a cabo.

Pero, si es una “inversión” contratar una empresa para que haga servicios que una organización no puede manejar, que ventajas y desventajas presenta un Outsourcing?

<http://www.monografias.com/trabajos10/outso/outso.shtml>

⁴ Fernández, Ruddy, (s.f.) Outsourcing, subtítulo Definiciones y Consideraciones, párrafo 2, numeral 1, 3 y 5.
<http://www.monografias.com/trabajos10/outso/outso.shtml>

Las ventajas:

- Los costos manufactureros y las inversiones en equipos y tecnologías se reduce.
- Da la opción a la empresa que adquirió el servicio responder ágilmente a los cambios de mercado.
- La empresa dispone de servicio más rápido nivelando las presiones competitivas del mercado.
- Flexibilidad en la operatividad de la empresa, disminuyendo así sus gastos fijos.
- Permite que la empresa tenga lo mejor de la tecnología sin necesidad de entrenar personal de la empresa.

Las desventajas:

- Se pierde el control sobre la producción de determinado sector en la empresa.
- La reducción de costos a la hora de contratar un outsourcing no es la esperada por la empresa. 22
- Los precios incrementan los problemas para poder implementar actividades.

“En los Estados Unidos la Kodak Corporation envió fuera de la empresa sus operaciones de procesamiento de datos, hacia una instalación especial que IBM construyó y maneja para Kodak. Se estiman los ahorros de Kodak (al obtener sus datos de fuente externa) en varios cientos de millones de dólares en la próxima década, fundamentalmente debido a la mayor eficiencia derivada del uso de mejor tecnología, economías de escala, prácticas innovadoras de software y personal más capacitado. También es cierto que Kodak perdió así control sobre los mecanismos de obtención datos, puesto que debe solicitar a IBM cualquier variación o innovación que desee, a la vez que depende de su tercerista en cuanto a tiempos y métodos de implementación.”⁵

Tomando en cuenta este ejemplo, se puede entender que un tercero tiende a desempeñar un papel importantísimo en el desarrollo de una empresa. Por esta razón, es importante dejar claro desde un comienzo el tipo de alianzas a contraer entre empresa y outsourcing.

⁵ Granda, Fernando, Agosto 28 del 2000, Outsourcing – Herramientas para el análisis económico y estratégico, subtítulo 1.4.2 Procesamiento de datos.

<http://www.consejo.org.ar/coltec/out1.htm>

Basados en datos publicados en el periódico La República, en el año en curso, el Ministerio de Comercio espera que los ingresos generados por parte de los BPO (Business Process Outsourcing) lleguen a los 2.000 millones para el 2012 y los 10.000 millones de dólares para el año 2019; para esto la Andi y empresas del sector están considerando diferentes elementos para lograrlo.

En el año 2009 se creó la Cámara de Procesos Tercerizados de la Asociación Nacional de Empresario de Colombia (Andi) que considera como temas básicos y primordiales el desarrollo del valor agregado y el bilingüismo para el crecimiento y la masificación de la industria.

Por esto, Gabriel Jaime Rico, presidente de la firma Call Center S.A. dijo: *“El mercado colombiano esta virgen en temas de tercerización. Incluso se calcula que casi 60% de los procesos productivos en las compañías locales podrían tercerizarse, entonces allí existen diversas oportunidades. Además, es necesario hacer un llamado a los gerentes, pues quien no tercerice está caminando hacia el fracaso”*⁶.

Muchos de los problemas de los Call Center, que se han nombrado anteriormente, radica en la escasez de personal bilingüe y que según el gobierno viene afectando significativamente las empresas.

Como dato importante, el periódico La República afirma que: *“De acuerdo con la Encuesta de Opinión Industrial Conjunta de la ANDI para el mes de mayo, los industriales reconocen los beneficios de los procesos tercerizados y la utilidad que éstos pueden traerle a las empresas. Según el estudio, cerca del 60% de los encuestados reconocen tener algún proceso que en algún momento podría ser tercerizado. Lo anterior indica que los BPO constituyen una herramienta importante es los procesos productivos de las empresas y que todavía tiene un gran espacio para crecer. El 46 de los empresarios manifestó haber tenido algún proceso de tercerización, mientras que otro 25% que no los ha tenido, planean hacerlo en el futuro cercano”*⁷

⁶ Diario la República, Agosto 31, 2010. La Tercerización busca ingresos por US2 mil millones. http://www.larepublica.com.co/archivos/TECNOLOGIA/2010-08-31/tercerizacion-colombia-busca-ingresos-por-us2-mil-millones_109252.php

⁷ Diario la República, Agosto 31, 2010. La Tercerización busca ingresos por US2 mil millones. http://www.larepublica.com.co/archivos/TECNOLOGIA/2010-08-31/tercerizacion-colombia-busca-ingresos-por-us2-mil-millones_109252.php

2.3 Análisis del Sector

Luego de hacer una aproximación al sector de los call y contact centers de Colombia se evidenció que el cliente objetivo de Multilingual Solutions tiene un gran crecimiento en el país; pasamos a analizar el sector que en este caso va ligado con el análisis de mercado, ya que los clientes de Multilingual son las empresas de tercerización, es decir, que la empresa a su vez, entraría a participar en este sector; lo que significa que Multilingual Solutions trabajará para empresas de tercerización siendo ella misma una empresa de este tipo.

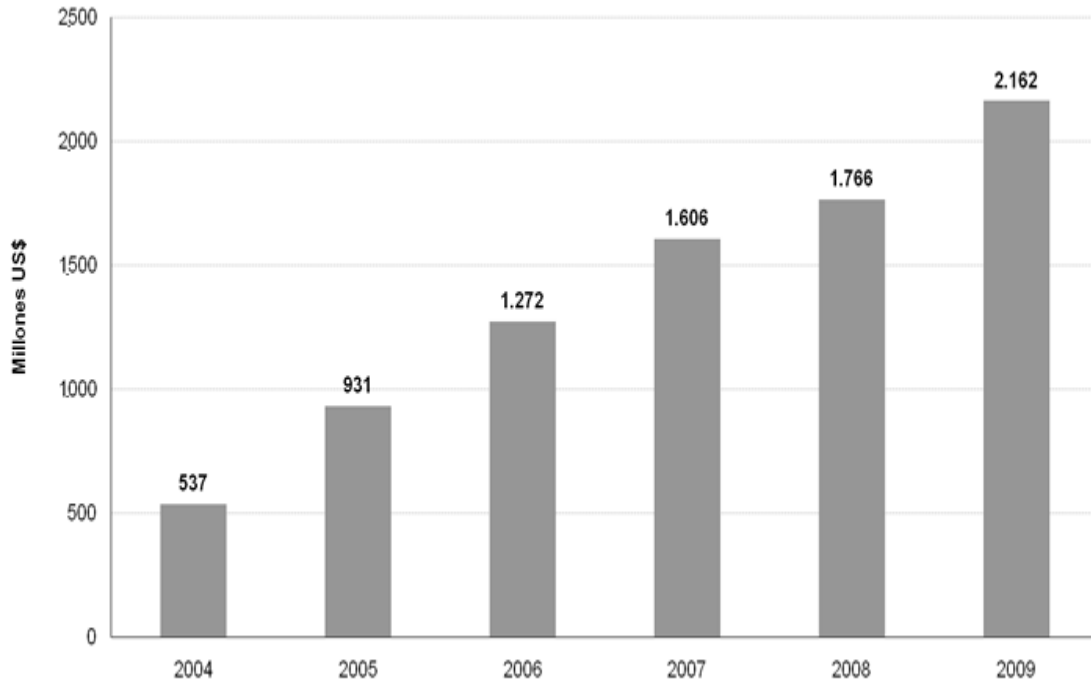
Complementando lo mencionado anteriormente en el análisis de mercado, se debe tener en cuenta que la tercerización es un concepto nuevo y nació de las necesidades de las empresas en enfocarse en su verdadero servicio y/o producto, dejando a un outsourcing o a una empresa de tercerización encargarse de otras actividades que requieren profesionalismo pero que no son la parte fundamental del negocio de la empresa. Para explicar mejor esta idea, se consultó en el sitio web Gestipolis.com, especializado en el tema empresarial, donde explican en su artículo “El Outsourcing o la tercerización” algunos puntos importantes para entender su funcionamiento.

El outsourcing o la tercerización es una herramienta que le permite a las empresas enfocarse en hacer lo que realmente hacen bien.

El siguiente artículo “El outsourcing o la tercerización”, citado en el pie de página, del sitio web Gestipolis.com, permite mostrar porque Multilingual Solutions escogió ser un outsourcing o también llamado empresa de tercerización y como esto representa una ventaja para sus futuros clientes.⁸

⁸ López, Carlos, Enero 2001. El Outsourcing o la tercerización.
<http://www.gestipolis.com/canales/gerencial/articulos/no%209/outsourcing.htm>

Gráfica 2. **Ingresos de la industria de BPO en Bogotá para los segmentos seleccionados (2004-2009)**



*Los datos corresponden a los siguientes segmentos específicos: procesamiento de datos, manejo documental, finanzas y contabilidad, manejo tributario, recursos humanos e investigación y desarrollo.

** Crecimiento estimado para 2009

Fuente: Invest in Bogotá

Multilingual Solutions entraría a trabajar en uno de los sectores mejor respaldados por el país, muestra de ello, es que en Colombia se realizó el Primer Encuentro Latinoamericano de Outsourcing, el cual tuvo lugar en Cartagena y conto con la participación de visitantes de todo el mundo. La mayoría de sus participantes extranjeros opinaron que Colombia se está convirtiendo en una de los grandes líderes en cuanto a outsourcing o empresas de tercerización, entre los participantes se encontraban: Michael F. Corbett – Presidente de IAOP, Atul Vashista – presidente de Neo Group, entre otros grandes empresarios, los cuales buscaban hacer alianzas estratégicas con Colombia y enterarse de cómo la tecnología y el recurso humano está haciendo sobresalir al país en el sector de la tercerización. El presidente Juan Manuel Santos declaro para el

periódico el sol de la ciudad de Cartagena: *“Colombia es una plataforma ideal para la industria del Outsourcing, ya hemos avanzado positivamente en el segmento de Business Process Outsourcing que como saben ustedes no se limita solamente a los Call Centers sino también a otros servicios de valor agregado”*⁹. Lo que muestra que el tema de Outsourcing es en estos momentos uno de los pilares empresariales con mayor proyección en el país, prueba de ello es que de acuerdo con el Periódico El Sol *“el año pasado tan solo de las empresas afiliadas a la ANDI se vendieron servicios de este tipo por más de 700 millones de dólares, dándole trabajo además a 40 mil colombianos. Se estima en total que en el país trabajan aproximadamente 100 mil personas en esta industria”*¹⁰. El presidente recalco la importancia de la ubicación del país ya que según él es la puerta de entrada de América Latina y también felicito a la ANDI (Asociación nacional de empresarios de Colombia) por liderar la iniciativa del encuentro en Cartagena y por gestionar los diversos acuerdos internacionales con asociaciones de esta industria.

De acuerdo con la Asociación Colombiana de Contact Centers y BPO, este sector ha tenido un crecimiento anual, el cual se puede corroborar basados en las siguientes gráficas que ofrece el sitio web de la misma, en donde muestran un crecimiento superior al 20% en todos los aspectos año tras año, este estudio se realizo hasta el año 2008 lo que quiere decir que, desde ese año hasta la fecha que es donde ha tenido su mayor auge, este sector se ha posicionado y sigue posicionándose para convertirse en uno de los mercados empresariales más fuertes del país.

⁹ ANDI, Mayo 26 de 2010. Colombia es una plataforma ideal para la industria del outsourcing: Santos. Párrafo 2.

http://www.andi.com.co/pages/prensa/comunicados_prensa_detalle.aspx?Id=251

¹⁰ ANDI, Mayo 26 de 2010. Colombia es una plataforma ideal para la industria del outsourcing: Santos. Párrafo 7.

http://www.andi.com.co/pages/prensa/comunicados_prensa_detalle.aspx?Id=251

Tabla 1. Ventas en millones de pesos de los Bpo del 2001 al 2008

Año	VENTAS [millones de pesos]	% de crecimiento
2001	104.566	
2002	170.000	63%
2003	223.000	31%
2004	272.875	22%
2005	344.313	26%
2006	520.160	51%
2007	771.068	48%
2008	956.971	24%

Tabla 2. Exportaciones de los Bpo del 2005 al 2008

Año	Exportaciones [millones de pesos]	% de crecimiento
2001		
2002		
2003		
2004		
2005	35.000	
2006	73.124	109%
2007	126.390	73%
2008	165.604	31%

Tabla 3. Porcentaje de empleos generados por los Bpo en el país.

Año	Empleos	% de crecimiento
2001		
2002		
2003	13.628	
2004	17.262	27%
2005	22.848	32%
2006	32.451	42%
2007	41.749	29%
2008	50.333	21%

Fuente: Asociación colombiana de contact centers y Bpo- <http://www.acdecc.org/>

2.4 Análisis del Mercado

Los clientes objetivos de Multilingual Solutions serán los call y contact centers con dominio de una segunda lengua, ubicados en Bogotá, y a futuro en Colombia. En este sector, es donde se evidencia gran crecimiento y de donde se pueden obtener grandes beneficios, debido a que la necesidad de personal con un dominio adecuado de una segunda lengua es cada vez mayor. Según el estudio realizado por Multilingual Solutions, existen más de 30 empresas afiliadas a la Sociedad Colombiana de Call y Contact Centers en Bogotá. Esta sociedad tiene como misión promover, representar y proteger los intereses de sus asociados, contribuyendo al fortalecimiento de la industria de Contact Centers. En esta asociación están afiliados 15 Call Centers bilingües en solo Bogotá, estas empresas presentan sus servicios en una segunda lengua y que cada una maneja más de dos campañas bilingües, es decir que cada una de estas empresas cuenta con más de una línea bilingüe, lo que lo hace un mercado potencial para Multilingual Solutions. Algunas de las empresas que hacen parte de esta asociación son:

Gráfica 3. Empresas que conforman la asociación colombiana de call y contact centers



Adecco Colombia S.A.
Carrera 7 No. 76-35 piso 6
Tel: + 57 1 4895454 Ext. 154
Cel. : + 57 312 582 5141
Contacto: Sergio Muñoz/ Director de Grandes Cuentas y Líneas Especializadas; Coordinador Comercial de Región Pacto Andino.
E-mail: sergio.munoz@adecco.com
Bogotá, Colombia
www.adecco.com.co
better work, better life



ACS Multivoice
Cra 13 N° 61 - 15
Tel: (57) (1) 5880010
Bogotá, Colombia
www.acs-multivoice.com



Allus Global BPO Center
Carrera 37a No. 8 - 43
Ofc. 701 Edf. Rose Street
PBX: (574) 510 57 00
Fax: 352 24 64
Contacto: Federico Jaramillo // Vicepresidente Comercial USA latan North
E-mail: federico.jaramillo@allus.com.co
Medellín, Colombia
www.allus.com



Andicall®
Cra 18 N° 79 - 22
Tel: (57) (1) 6382900 Fax: 6065162
PBX: 786 888 6905
Bogotá, Colombia. USA
www.andicall.com

**Atento**

Calle 67 N°. 12 - 35 Piso 8
 PBX: (57) (1) 594 00 00
 Bogotá, Colombia
www.atento.com.co

**Avanza Externalización de Servicios**

Km. 1 Autop. Medellín Vía Siberia.
 Centro Empresarial Los Robles.
 Edf. Panasonic P.4
 PBX: (571) 829 00 00
 Fax: 829 09 20
 Contacto: Carlos Antonio Mejía Quintero
 E-mail: carlosmejia@avanzasa.es
 Bogotá, Colombia. España
www.avanzasa.es

**Bilateral**

PBX: (57) (1) 742 83 17
 Bogotá, Colombia
www.bilateral.com.co

**BRM**

Carrera 19 B No. 85-33
 Tel: 7422600 ext.: 1066
 Contacto: Andrés Prieto
 E-mail: andres.prieto@brm.com.co
 Bogotá, Colombia

**Contact Center Américas**

Av. El Dorado N° 85D-55 L- 149 D
 PBX : (57) (1) 4251700
 Fax : (57) (1) 4257125
 Contacto: Jorge Enrique Cote Velosa // Gerente General
 E-mail: jorge.cote@camericas.com
 Contacto: Michel Vernot // Gerente Comercial
 E-mail: miguel.vernot@camericas.com
 Bogotá, Colombia
www.contactcenteramericas.com

**Convergys**

Calle 93 No. 11ª 11
 PBX : 5897100
 Contacto: Guillermo Ulloa // Gerente Financiero y Administrativo
 E-mail: Guillermo.Ulloa@convergys.com
 Contacto: Jorge Borda // Gerente Operaciones
 E-mail: Jorge.Borda@convergys.com
 Bogotá, Colombia
www.convergys.com

**Coomeva Servicios Administrativos**

Sede Principal Cra 15 No. 93 B 43
 Tel: 6513000 Ext. 7201
 7576 6513000 Ext. 7205
 Bogotá,
 Colombia www.serviciosadministrativos.coomeva.com.co

**Digitex Internacional**

Calle 72 No. 8 - 56 Piso 9
 PBX: (571) 32 15 427
 Fax: 32 15 464
 Contacto: Esteban Dasilva // Gerente General
 E-mail: esteban.dasilva@digitex.es
 Contacto: Miguel Angel Ariza // Gerente Comercial
 E-mail: mariza@digitex.es

Bogotá, Colombia
www.grupodigitex.com



Emergía
Carrera 28 No. 48-59
Tel: (571) 7438003
Manizales, Colombia
www.emerjiacc.com



Emtelco
Calle 14 No 52 A 174 - SEDE
OLAYA
PBX: 3897000
Contacto: Sandra Jaramillo //
Directora Comercial
E-
mail: sandra.jaramillo@emtelco.com.co
Medellín, Colombia
www.emtelco.com.co



Grupo Konec
Av. 68 N° 17 Zona Norte
Edificio Soluzona
Tel: (57) (1) 4056060
Bogotá, Colombia
www.grupokonec.com



Interactivo su Contact Center
Cra 7 N° 16 - 36
PBX: (571) 6000000
Fax: 56 07 878
Contacto: Julia Fernández //
Gerente General
E-
mail: jfernandez@interactivo.com.co
Contacto: Ricardo Barragán //
Gerente Comercial
E-
mail: rbarragan@interactivo.com.co
Bogotá, Colombia
www.interactivo.com.co



Millenium Phone Center
Transv 17 N° 100 - 20 Piso 3
Tel: (57) (1) 6500800
Bogotá, Colombia
www.millenium.com.co



Outsourcing
Avenida 9 N° 126 - 18
Tel: (57) (1) 6000 222 / 6061 515
Bogotá, Colombia
www.outsourcing.com.co



People Contact
Calle 72 N° 13 - 73 Ed.Nueva Granada
Tel: (57) (1) 6078382
Fax: (57) (1) 2104498
Bogotá, Colombia
www.peoplecontact.com.co



Presence Technology
Av. 19 n° 120-71 Of 411 Edificio
Banco Falabella
Tel: (57) (1) 7428055 / 7436905
Bogotá, Colombia
www.presenceco.com



Serlefin

Calle 72 N° 5 - 83 Piso 10
PBX: (57) (1) 6068181
Fax: (57) (1) 6068012
Juan Carlos Zabala Gerente General
E-mail: juan.zabala@serlefin.com
Cesar Manuel García Gerente Comercial
E-mail: cesar.garcia@serlefin.com
Bogotá, Colombia
www.serlefin.com



Sistem Contact Center

Carrera 54 No. 64-254 Edificio
Camacol Piso 11
PBX: (5) 3197100 Ext 2103
TELEFAX: (5) 3681479
E-mail: vcampanella@sistemcosta.com
Celular: 3158002013
Barranquilla, Colombia
www.sistemcc.com



Sitel de Colombia

Calle 143 N° 45 - 50
Tel: (57) (1) 5242000
Fax: (57) (1) 5242044
Jorge Lozano: Director Financiero
E-mail: jorge.lozano@sitel.com.co
Bogotá, Colombia
www.sitel.com



Suitco S.A.

Calle 3 Oeste N° 27 - 20
Tel: 4851262
Fax: 5583952
Cali, Colombia
www.suitco.com.co



Teleacción

Calle 67 N° 8 - 12
Tel: (57) (1) 3498840
Bogotá - Colombia
www.teleaccion.com



Telecenter Panamericana

Calle 67N N° 7N - 59
Tel: (57) (2) 4897777
Cali, Colombia



Transcom

Vía 40 No. 76 - 296
PBX: (575) 361 75 00
Fax: 3 61 75 70
Contacto: Lelio Sotomonte // Presidente
E-mail: lsotomonte@transcom.com.co
Barranquilla - Colombia
www.transcom.com.co



Unísono

Calle 100 N° 13 - 21 Ed
Megatower Piso 9
Tel: (57) (1) 3077272
Bogotá, Colombia
www.unisono.com.co



Ventas y Servicios

34 Años a su Servicio
Cra 10 N° 27 - 27 Piso 8
Tel: (57) (1) 2862400
Contacto: Miguel Jose López // Gerente General
Email: mjlopez@ventasyservicios.com.co
Contacto: Luis Alberto Torrado // Subgerente
Email: ltorrado@ventasyservicios.com.co
Bogotá, Colombia
www.ventasyservicios.com.co



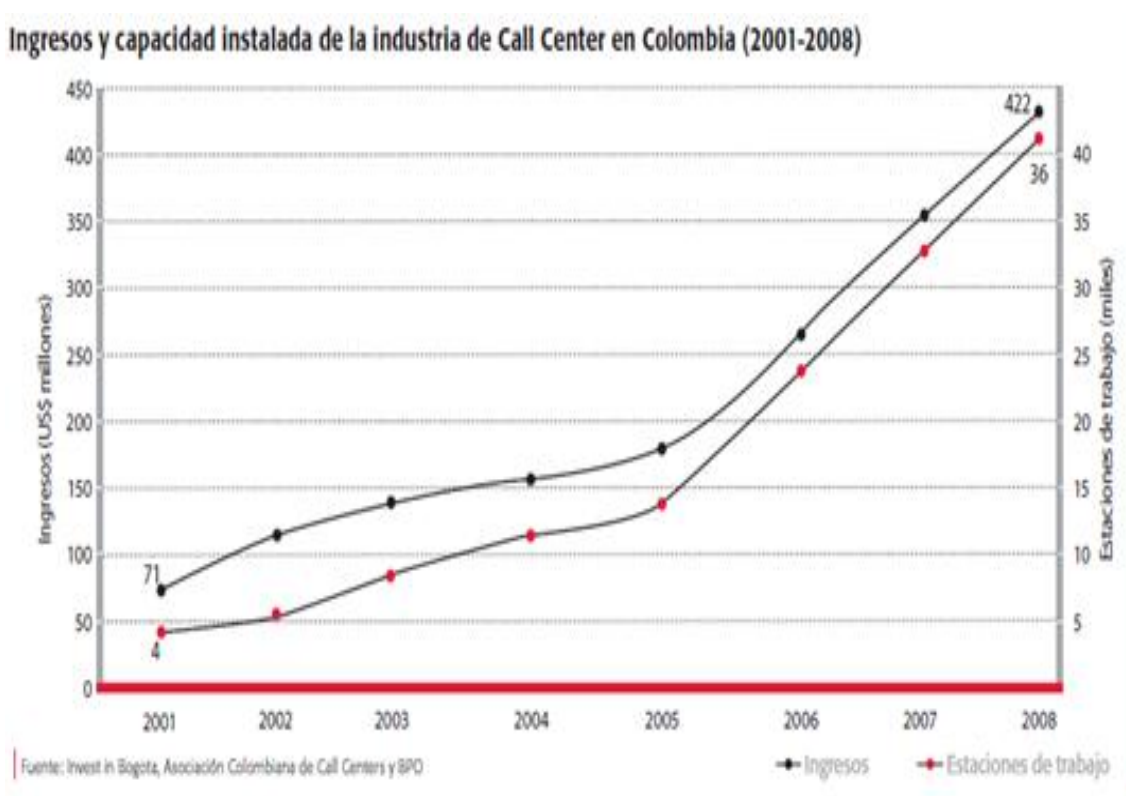
Zona Franca Bogotá

Carrera 106 no. 15ª 25
Tel:(57) (1) 4046644 Ext 114
Contacto: Juan Pablo Rivera,
Alvaro Muñoz
Bogotá, Colombia
www.zonafrancabogota.com

Fuente: Asociación colombiana de call y contact center.

En términos generales la industria Colombiana de Call Centers es una de las más grandes de América Latina. De acuerdo al artículo BPO/ servicios compartidos, en una investigación realizada por Invest in Bogotá y la Asociación Colombiana de Call Centers y BPO de la cual se tomaron los siguientes datos y nos confirman que “durante el periodo 2001-2008, este sector creció a una tasa compuesta de 30%. En el año 2008 generando ingresos por US\$ 422 millones y empleando a 50.300 agentes. Bogotá representa el 60% del total de la industria nacional y es sede de las principales empresas multinacionales y locales.”¹¹

Gráfica 4. Ingresos y capacidad instalada de la industria de call center en Colombia (2001-2008)



Según Lisette Rencoret, consultora internacional en el tema de los call centers y contact centers en Latinoamérica, en su artículo “El Desarrollo de la Industria de los Call Centers en Latinoamérica”¹²

¹¹ Invest in Bogota (s.f.) La Oportunidad en la industria de Call Centers en Bogotá. Primer cuadro. http://www.investinbogota.org/archivos/file/SECTORES/PDF/CONTACT_CENTERS/contact_centers_en_bogota_ib_2009.pdf

¹² Rencoret, Lisette, Mayo 5 de 2005. El desarrollo de la industria de los Call Centers en Latinoamérica. <http://www.mujeresdeempresa.com/actualidad/actualidad050501.shtml>

para la revista virtual mujeres de empresa, explica que existen tres importantes razones para este crecimiento en los call y contact center bilingües: Menos costo de mano de obra, capacidad tecnológica y calidad de la mano de obra local. La investigación de Rencoret arrojó lo siguiente:

1. Costo menor de mano de obra
2. Capacidad tecnológica
3. La calidad de mano de obra local

Finalmente en la publicación se destacan tres aspectos a tener en cuenta los Call y Contact centers:

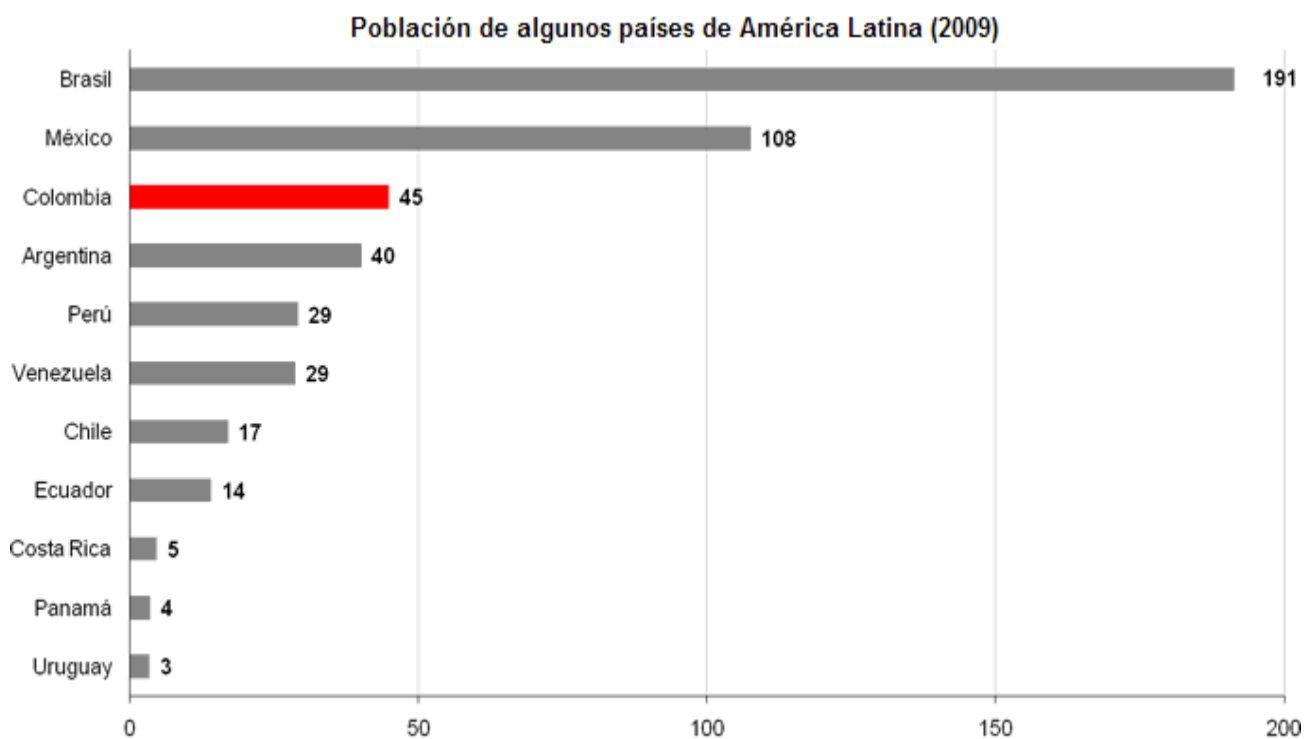
- 1.- Disminución de rotación, ausentismo y aumento de calidad
- 2.- La implementación de una Carrera para los agentes.
- 3.- Abandonar definitivamente el concepto de que el agente es algo así como una máquina automática expendedora de café, para darle su justo y decisivo valor.

En Bogotá existe una agencia que promociona a la ciudad como centro de inversiones para empresas tanto extranjeras como nacionales y los Call Centers han sido uno de los mercados con mejor acogida de este sistema. El objetivo de la agencia es que las empresas extranjeras vean a Bogotá como destino de operaciones de los call centers y Bpo, esta agencia se llama Invest in Bogotá y fue creada por la Alcaldía Mayor y la Cámara de Comercio de Bogotá, como una entidad sin ánimo de lucro.

En términos generales esta agencia presenta a Bogotá como un destino propicio para invertir dada su ubicación estratégica en el centro del país, la mano de obra calificada y eficiente, los costos competitivos en relación con otras ciudades, y por su calidad de vida las siguientes Gráficas tomadas del sitio web de Invest corroboran las razones para invertir en Colombia.

El país gracias a sus acuerdos de comercio internacional brinda a las agencias que desean invertir en él una apertura al mercado colombiano de US\$229 mil millones que hace al país uno de los mercados más grandes y dinámicos de América Latina, Colombia es el tercer país más poblado de América Latina, con un número de 45 millones de consumidores potenciales.

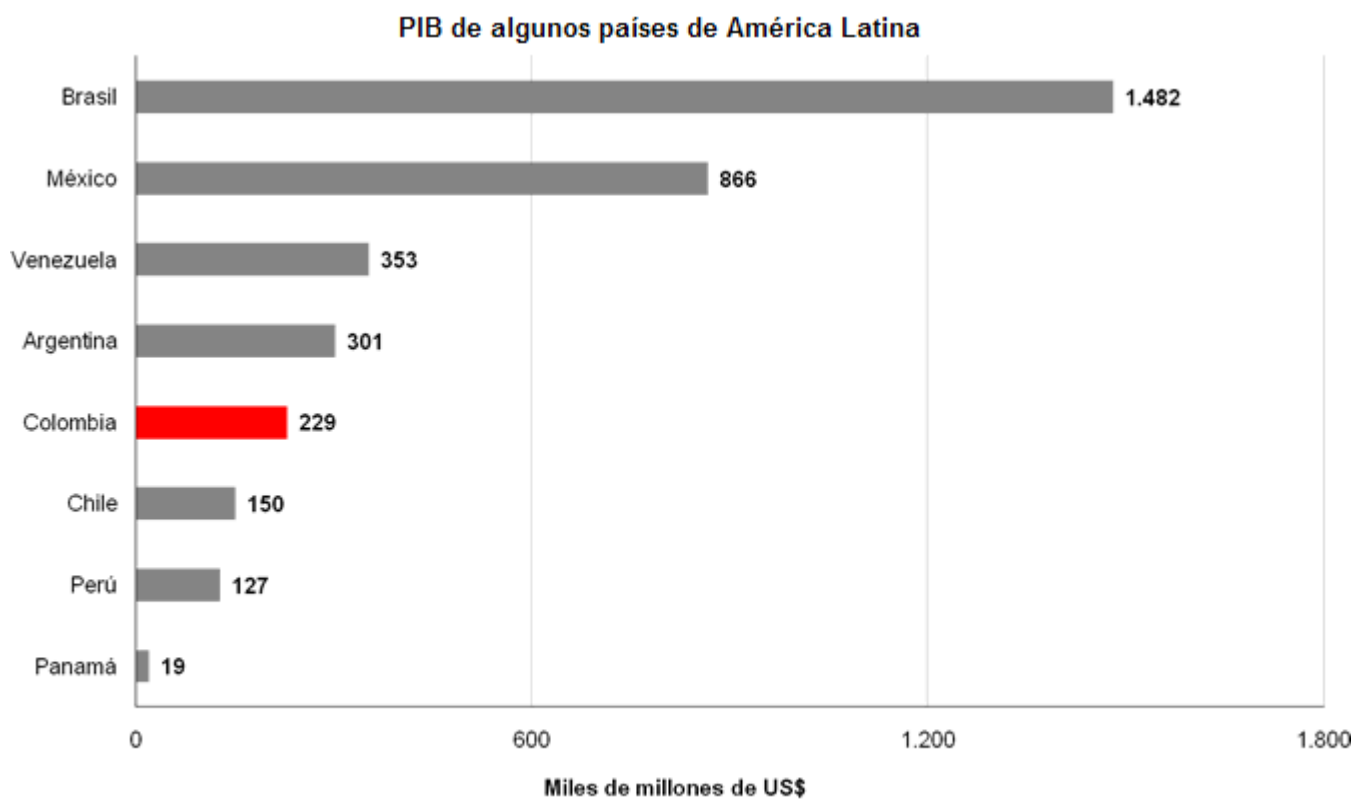
Gráfica 5. Razones para invertir en Colombia- Población



Fuente: Fondo Monetario Internacional, Perspectivas de la Economía Mundial, 2010; DANE, Cuentas Nacionales

Colombia es el quinto mercado más grande de América Latina, después de Brasil, México, Venezuela y Argentina.

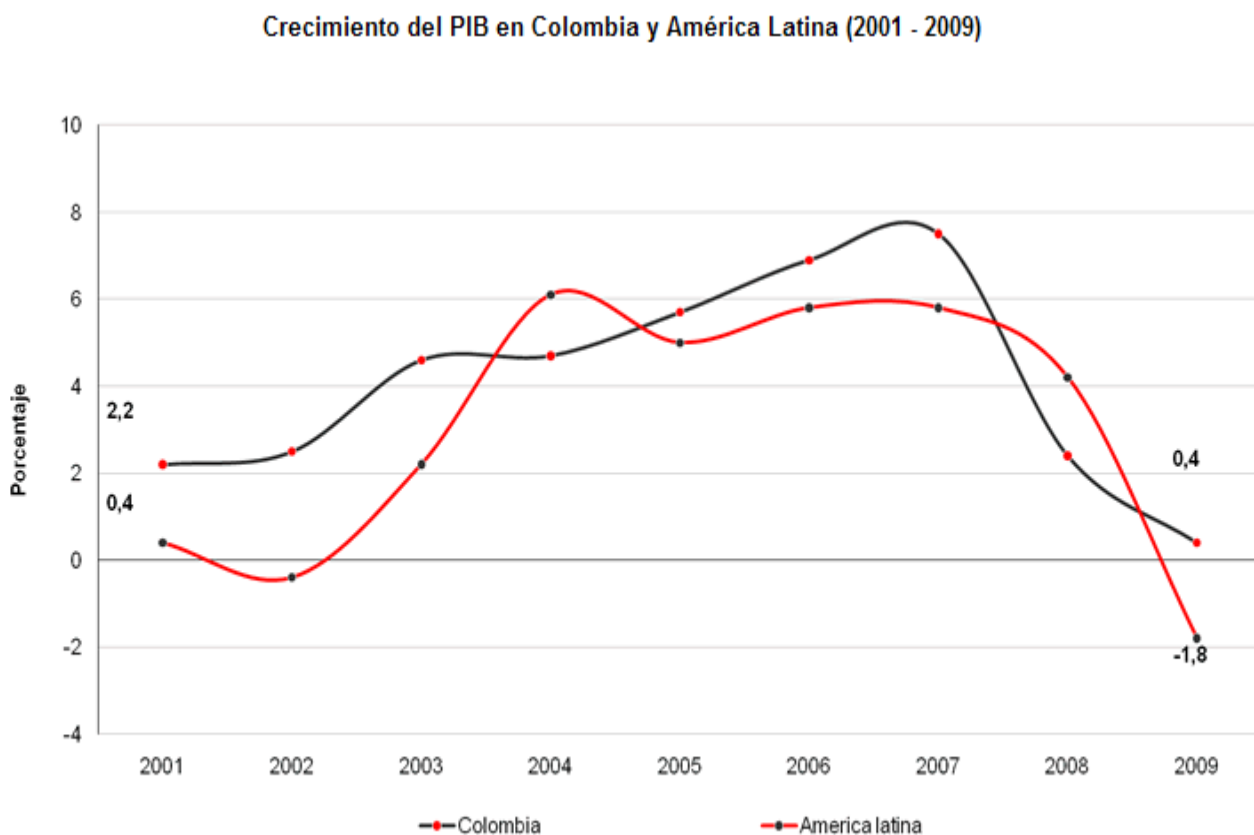
Gráfica 6. Razones para invertir en Colombia- PIB



Fuente: Fondo Monetario Internacional, Perspectivas de la Economía Mundial 2010; DANE, Cuentas Nacionales

En la última década el mercado colombiano ha crecido a una tasa superior que el resto de países de la región.

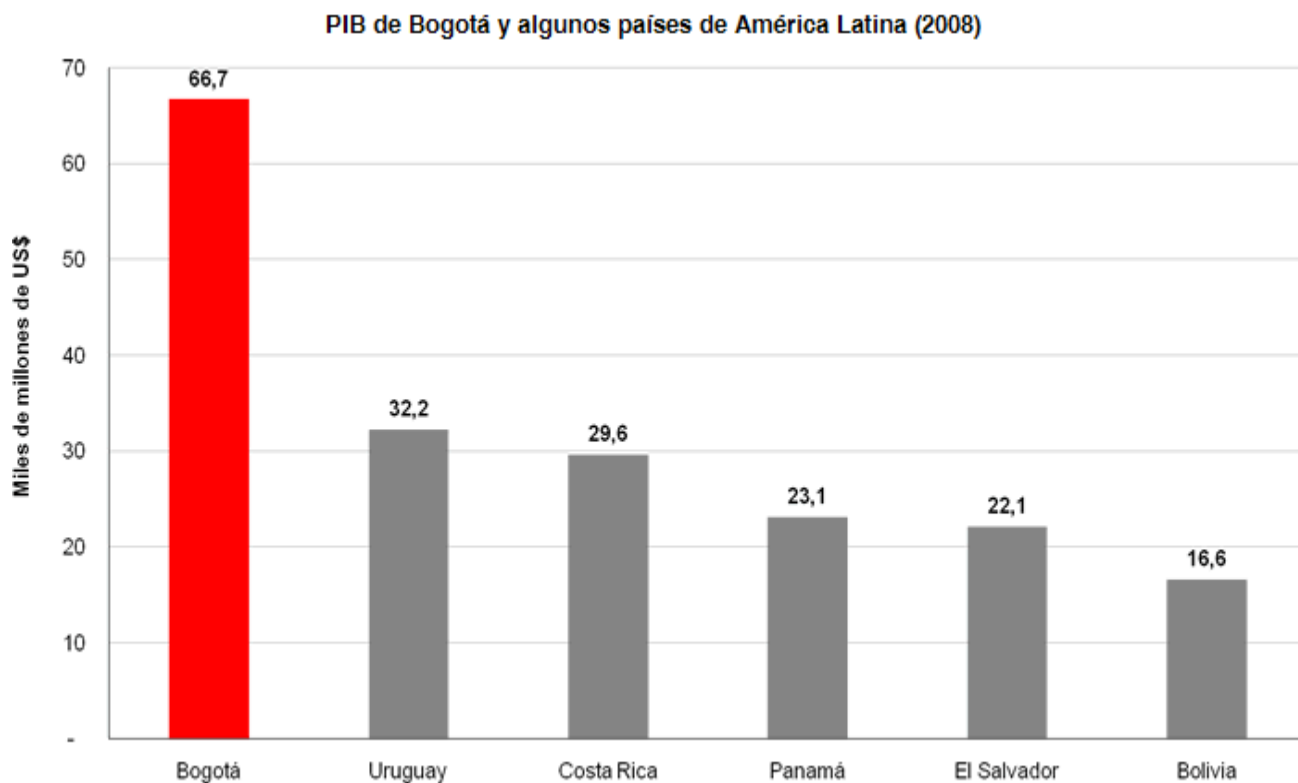
Gráfica 7. Crecimiento del PIB en Colombia y América Latina (2011-2009)



Fuente: CEPAL, Anuario estadístico de América Latina y el Caribe; DANE, Cuentas Nacionales; Secretaría Distrital de Hacienda, SIEC

Bogotá tiene una población de 7,3 millones de habitantes y un PIB de US\$66,7 mil millones; superior al de muchos países latinoamericanos.

Gráfica 8. PIB de Bogotá y algunos países de América Latina (2008)



Fuente: Fondo Monetario Internacional, Perspectivas de la economía mundial 2010. Cálculos Invest in Bogota

Los datos de las gráficas anteriores evidencian un crecimiento económico de la ciudad y del país que permite corroborar que la inversión en Colombia y específicamente en Bogotá (el cual será el primer destino de operación de Multilingual Solutions) presenta un gran crecimiento industrial en los últimos años, dado algunos factores, como son la población, el número de habitantes, los tratados internacionales, el PIB, y su crecimiento económico, tanto así que en el país cada vez más hay mayor presencia de call centers en Bogotá, de acuerdo a una tabla tomada de la página web de Invest in Bogotá, los principales inversionistas extranjeros presentes en Bogotá son:

Gráfica 9. Principales inversionistas extranjeros de BPO presentes en Bogotá



- ACS (EE.UU.) inició **operaciones en Bogotá** en el año 2007, actualmente emplea más de 1.200 agentes
<http://www.acs-inc.com/>



- Allus (EE.UU.) tiene 5.000 posiciones realizando **operaciones de contact center y BPO**
<http://www.allus.com>



- Actualmente en **Bogotá**, Atento (España) cuenta con más de 4.600 posiciones y alrededor de 6.900 agentes y 3 sedes
<http://www.atento.es/>



- Avanza (España) inició **operaciones** en Cota, municipio cercano a **Bogotá**, en 2009. Atiende el **mercado** local y clientes **offshore** en España y América Latina. Actualmente emplea más de 1.200 agentes
<http://www.avanzas.es/>



- Sitel (EE.UU.) en **Bogotá** tiene alrededor de 2.000 agentes dedicados a servir a más de 30 clientes corporativos
<http://www.sitel.com/>



- Teleperformance (Francia) adquirió recientemente al **contact center** local Teledatos. Actualmente la empresa emplea más de 7.000 agentes, atiende a usuarios en América Latina y España y opera en 5 idiomas
<http://www.teledatos.com/>



- Unisono (España) abrió en el 2008, en **Bogotá**, su segunda **sede internacional**, actualmente emplea a más de 450 agentes
<http://www.unisono.es/>

Centros de operaciones regionales



- Desde **Bogotá** y con más de 800 agentes, Citibank (EE.UU.) presta **servicios** a clientes corporativos en 12 países de América Latina
<http://www.citibank.com/>



- IBM (EE.UU.) presta **servicios** de ventas y soporte para América Latina, a través de 250 profesionales localizados en **Bogotá**
<http://www.ibm.com/>



- Hewlett Packard (EE.UU.) cuenta en **Bogotá** con más de 300 agentes profesionales bilingües que prestan **servicios** de ventas y atención al cliente
<http://www.hp.com/>

Gráfica 10. Principales inversionistas locales presentes en Bogotá



- Con más de 400 agentes bilingües, esta empresa presta únicamente servicios en inglés a clientes en Estados Unidos desde **Bogotá**
<http://www.bilateral.com.co/>



- Con más de 4.000 agentes, **este contact center bogotano** recientemente obtuvo la certificación COPC
<http://www.contactcenteramericas.com/>



- Más de 800 agentes atienden a clientes latinoamericanos desde sus **oficinas en Bogotá**
<http://www.millenium.com.co/>



- Más de 1.400 agentes atienden a clientes latinoamericanos desde sus **oficinas en Bogotá**
<http://www.outsourcing.com.co/>



- Con más de 1.500 agentes, este **contact center** atiende **operaciones en Colombia** y América Latina desde **Bogotá** <http://www.interactivo.com.co/>

Analizando algunas de las razones que nos presenta Invest in Bogotá en el sector de contact y call centers en Bogotá podemos evidenciar que son puntos a favor para Multilingual Solutions, dado que:

- *Tanto la ciudad como el país cuentan con una industria de contact centers consolidada, y con más de quince años de experiencia aún queda mucho potencial de crecimiento.*¹³

De acuerdo a este planteamiento aún queda mucho por hacer en el país, dado que relativamente aunque la experiencia es buena, la ciudad hasta ahora está comenzando, ya que la industria de los call centers va de la mano con la tecnología, lo que significa que a medida que la ciudad avance y se convierta en una ciudad más tecnológica, el crecimiento del sector será cada vez mayor generando así mayor trabajo y crecimiento para Multilingual Solutions.

- *Los contact centers colombianos atienden cerca de 3 millones de llamadas diarias en promedio, de las cuales 62% son inbound.*¹⁴

Esto quiere decir que la mayor parte de la labor de los call centers son llamadas entrantes fijándose la atención del exterior hacia el país y concentrado sus negocios sin dificultades ya que Bogotá cuenta con la buena fama de tener un acento neutro, que permite que tanto en Inglés, Español, Francés o cualquiera sea el idioma, Bogotá sea capaz de responder a la demanda necesaria con calidad y eficacia.

- *En 2009, la industria de contact centers en Colombia generó ingresos por más de US\$ 474 millones y empleó a más de 58.000 agentes en 43.000 posiciones.*¹⁵

Esto representa para Multilingual Solutions una gran ventaja, ya que demuestra que el cliente objetivo que tiene en primera instancia la empresa, tiene gran presencia en la ciudad con una alta demanda para la empresa y se constituye como un negocio rentable.

¹³ Invest In Bogotá, Marzo 17 de 2011. Contact Centers.

<http://www.investinbogota.org/centroscontacto>

¹⁴ Invest In Bogotá, Marzo 17 de 2011. Contact Centers.

<http://www.investinbogota.org/centroscontacto>

¹⁵ Invest In Bogotá, Marzo 17 de 2011. Contact Centers.

<http://www.investinbogota.org/centroscontacto>

- *En Bogotá, los agentes empleados en la industria de outsourcing tienen acceso a programas de capacitación y entrenamiento hechos a la medida de cada empresa.*¹⁶

Esto quiere que la empresa tenga la obligación para iniciar sus operaciones de tener su personal capacitado de acuerdo a los requerimientos de la misma y dado que el servicio de Multilingual consiste precisamente en ahorrar ese tipo de trabajo a las empresas capacitando su personal bilingüe, los empleados de la empresa contarán luego del servicio: con mayor relación en este entorno, opciones de métodos de ayuda para realizar su trabajo sin mayor dificultad, mejorar sus competencias lingüísticas y sabrán responder mejor a su trabajo, logrando así que desde la parte interna se mejore la externa, la percepción de los clientes de la empresa y mayor número de negocios.

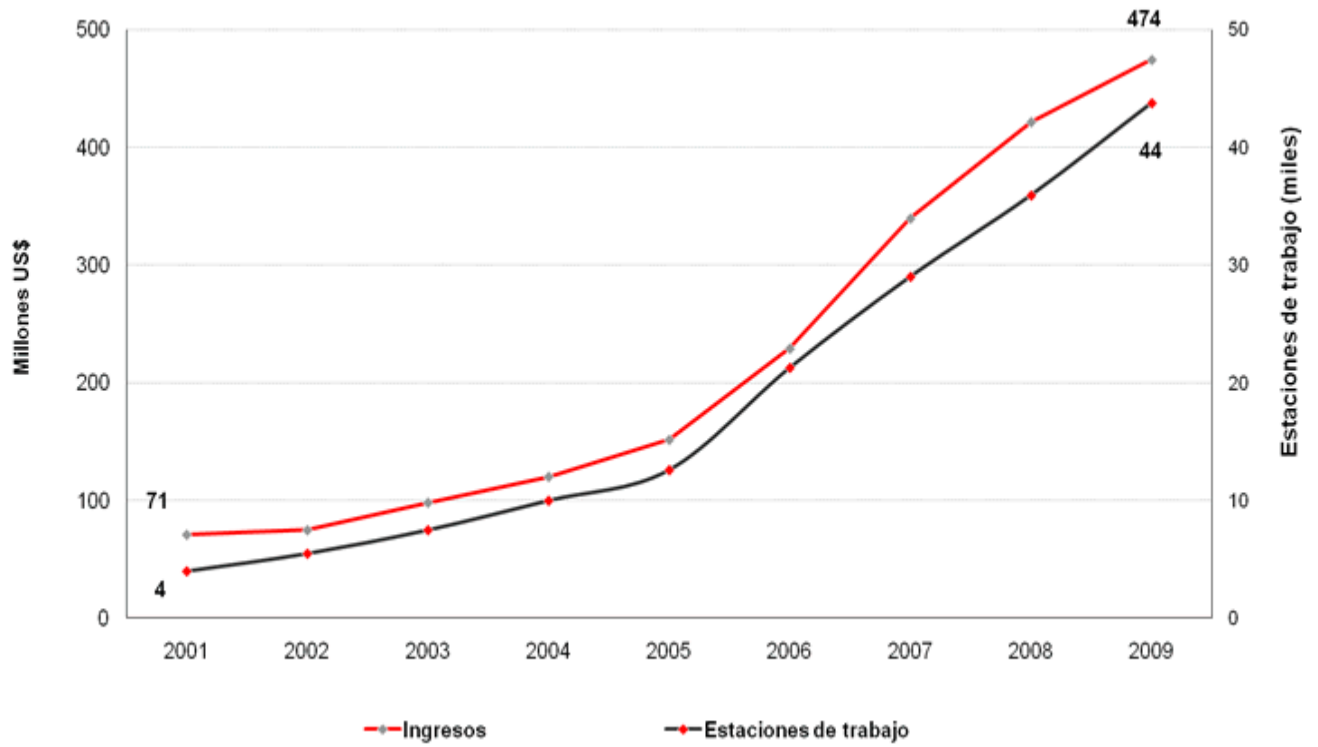
- *Bogotá cuenta con Talk to the World, un programa de inglés intensivo (cursos de 600 horas con una duración de 14 meses) especialmente diseñado para estudiantes y empleados de la industria de servicios offshore.*¹⁷

Otra de las ventajas presentes en la ciudad y que favorecen a Multilingual, es la necesidad de mejorar el nivel de inglés de los trabajadores y dado que uno de las principales funciones de Multilingual es esta, hace que este mercado tenga una fuerte acogida a los servicios prestados por Multilingual Solutions.

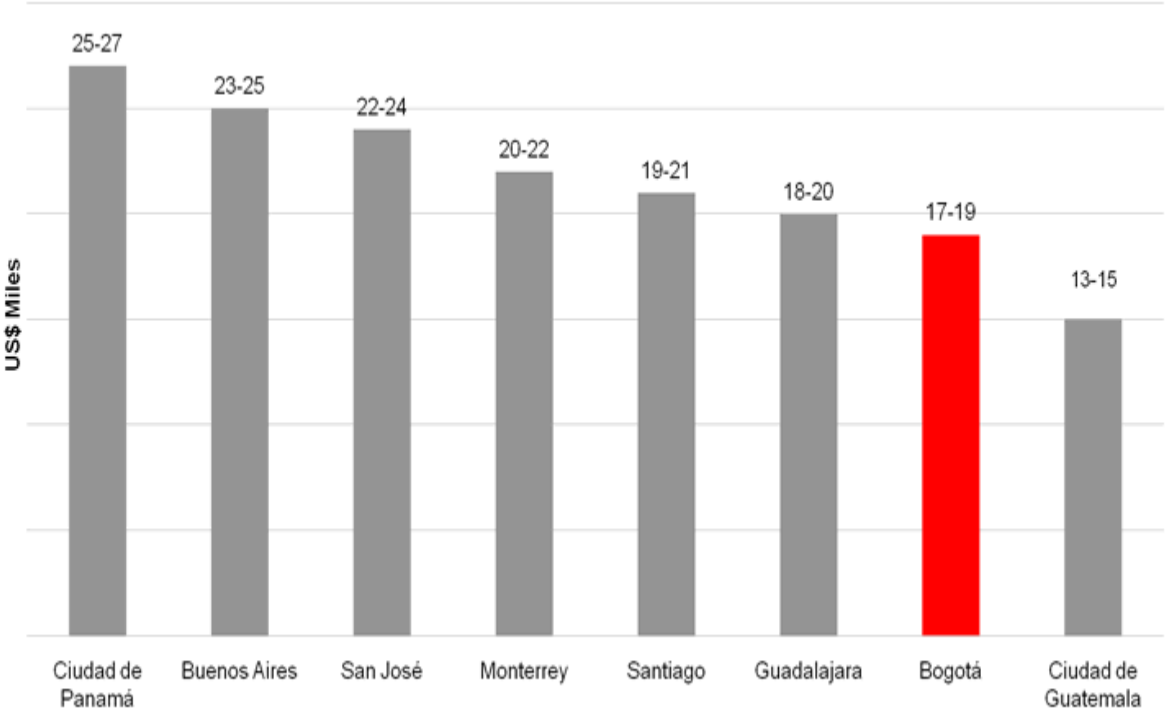
¹⁶ Invest In Bogotá, Marzo 17 de 2011. Contact Centers.
<http://www.investinbogota.org/centroscontacto>

¹⁷ Invest In Bogotá, Marzo 17 de 2011. Contact Centers.
<http://www.investinbogota.org/centroscontacto>

Gráfica 11. Ingresos y capacidad instalada de la industria de Contact Centers en Colombia (2001-2009)



Gráfica 12. Costos operativos directos* FTE** para operaciones de contact centers en español (US\$ miles), 2008



* No incluye inversiones, tiquetes aéreos o cualquier costo independiente a la operación principal

** FTE: equivalente a los costos por tiempo completo

Fuente: Everest Research Institute, 2009 e Investinbogota.org

2.5 Análisis de la Competencia (DOFA)

- ✓ **Teleaccion:** Es una empresa de consultoría y capacitación especializada en montajes y optimización de Call Centers con más de doce años de experiencia, tiene consultores en 10 países de Latinoamérica incluido Colombia y con experiencia en más de 160 proyectos en América Latina .

Tabla 4. Análisis DOFA empresa Teleaccion

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocimiento ✓ Años de experiencia ✓ Tiene consultores en Colombia ✓ Personal capacitado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de manejo de idiomas ✓ Enfoque en montaje y no en el servicio ✓ Falta de información de las capacitaciones ofrecidas ✓ Página de internet con problemas y errores de ortografía ✓ No es conocida enl Bogotá
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener una expansión internacional. ✓ Número de trabajos realizados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No cuenta con sede física en Colombia. ✓ No interviene con asuntos bilingües o de manejo de una segunda lengua.

Fuente: <http://www.teleaccion.com/>

- ✓ **Contact centerTraining:** Son un grupo de profesionales que han estado al frente de Centros de Atención Telefónica en empresas nacionales y multinacionales que operan en el segmento industrial, comercial y de servicios. Cada integrante del equipo de trabajo, conoce en profundidad la operación de un Call Center desde adentro. Sabe de las contingencias, exigencias, responsabilidades y desafíos permanentes a los cuales se está sometido en cada campaña, en cada operación.

Esta empresa tiene como lema trabajar sobre objetivos concretos los cuales son: Maximizar los Recursos, acelerar los procesos y reducir los costos

Tabla 5. Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia en el sector ✓ Equipo de trabajo ✓ Buenos cursos de capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No brinda capacitación a call centers bilingües ✓ Falta de manejo de otras idiomas. ✓ No tiene consulta personal o telefónica, solo por el sitio web.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecer hacia el mercado bilingüe ✓ Tener una sede física en Bogotá ✓ Lograr rápida aceptación al entrar en el mercado nacional 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tiene consultores más no sede física en Bogotá ✓ No tiene experiencia en call centers bilingües ✓ Solo tiene enfoque monolingüe

Fuente: <http://www.cctraining.com/CCT/servicios/capacitacion/capacitacion.htm>

- ✓ **Beyond English:** Esta empresa está situada en Barranquilla y busca convertir la la costa norte Colombiana como referencia bilingüe ante el país y el extranjero, quiere lograr esto por medio de sus cursos d inglés a personal particular y empresarial. Esta empresa cuenta con cursos empresariales, entre ellos de capacitación para agentes de call centers, el cual brinda a los agentes habilidades técnico-conversacionales para mejorar sus habilidades en este idioma. El tercer servicio que ofrece la empresa es de intérpretes y traductores para este cuenta con personal altamente entrenado, totalmente bilingüe y perfectamente conocedor de ambas culturas a las que traduce de inglés – Español y/o Español – Inglés utilizando inglés técnico.

Tabla 6. Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal experimentado. ✓ Servicios de capacitación ✓ Manejo de Inglés ✓ Habilidades de traducción ✓ Buena fuente de información del sitio web 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Abarcan muchos campos dentro de las compañías. ✓ Su enfoque principal no es a los call centers sino a agentes particulares que quieren capacitarse. ✓ Manejo de inglés técnico
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad de expansión ✓ Mejora de sus servicios ✓ Ampliar su paquete comercial 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta enfoque específico. ✓ No tiene ubicación en Bogotá ✓ Perfil más académico y no empresarial

Fuente: <http://www.beyondenglishes.com/home.html>

- ✓ **Dyálogo Ltda.** Es una empresa ubicada en Bogotá la cual tiene como fin la asesoría a call centers desde su montaje, implementación hasta su puesta en marcha. La empresa cuenta con creación de software, adecuación del sitio de trabajo y capacitación a los agentes del call.

Tabla 7. Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal experimentado. ✓ Ubicación en Bogotá ✓ Amplio conocimiento en asesoría a call centers 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No cuenta con personal con dominio de una segunda lengua ✓ Su enfoque principal es de montaje e implementación
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecer en el mercado nacional ✓ Abrirse campo en los call center bilingües ✓ Crear un paquete de servicios con cubrimiento en las áreas del call 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ninguno de sus clientes han sido los principales call de Bogotá ✓ Enfoque tecnológico ✓ No brinda asesoría a empresas o agentes bilingües

Fuente: <http://www.dyalogo.com/>

ESTRATEGIAS – COMPETENCIA MULTILINGUAL SOLUTIONS

✓ Teleaccion

D1, f1: La fortaleza de esta compañía es que cuenta con reconocimiento, sin embargo esta empresa ofrece capacitación a call centers en temas de montaje y capacitación pero a diferencia de Multilingual no maneja un segundo idioma.

D2, f2: Multilingual Solutions aunque es una empresa que está en proceso de creación y desarrollo, su principal y único enfoque es capacitar call y contact centers para que estos mejoren su servicio y producción, mientras que el enfoque de teleaccion es el de montaje de call centers.

D3, f3: Aunque Multilingual Solutions no es conocida en el mercado ofrecerá un paquete detallado puerta a puerta de sus servicios, dando esto más credibilidad y aceptación en el medio.

D4, f4: El mercado y el enfoque de Multilingual Solutions son los Call Centers de la ciudad de Bogotá, por eso su difusión y promoción será puerta a puerta y detallada.

O1, a1: A pesar de que el servicio de Multilingual Solutions será en los lugares de trabajos de las personas a capacitar, su oficina y sede principal será ubicada al norte de la ciudad de Bogotá.

O2, a2: El servicio de Multilingual Solutions es especializado y enfocado en capacitación a Call Centers.

✓ Contact Center Training

D1, f1: Aunque Multilingual Solutions es una empresa principiante en el mercado de capacitación de Call Centers, su enfoque principal es trabajar en capacitaciones en una segunda lengua.

O1, a2: Multilingual Solutions, aparte de contar con consultores, cuenta con una sede física en Bogotá donde puede ser contactado sus servicios y las empresas tienen un fácil acceso a los mismos.

✓ **Beyond English**

D1, f1: Aunque la competencia en el medio de las capacitaciones es alta, el enfoque de Multilingual Solutions es hacia los call y contact centers en una segunda lengua. Los servicios ofrecidos por la empresa solo serán de capacitación, no abra traducciones ni cursos especializados.

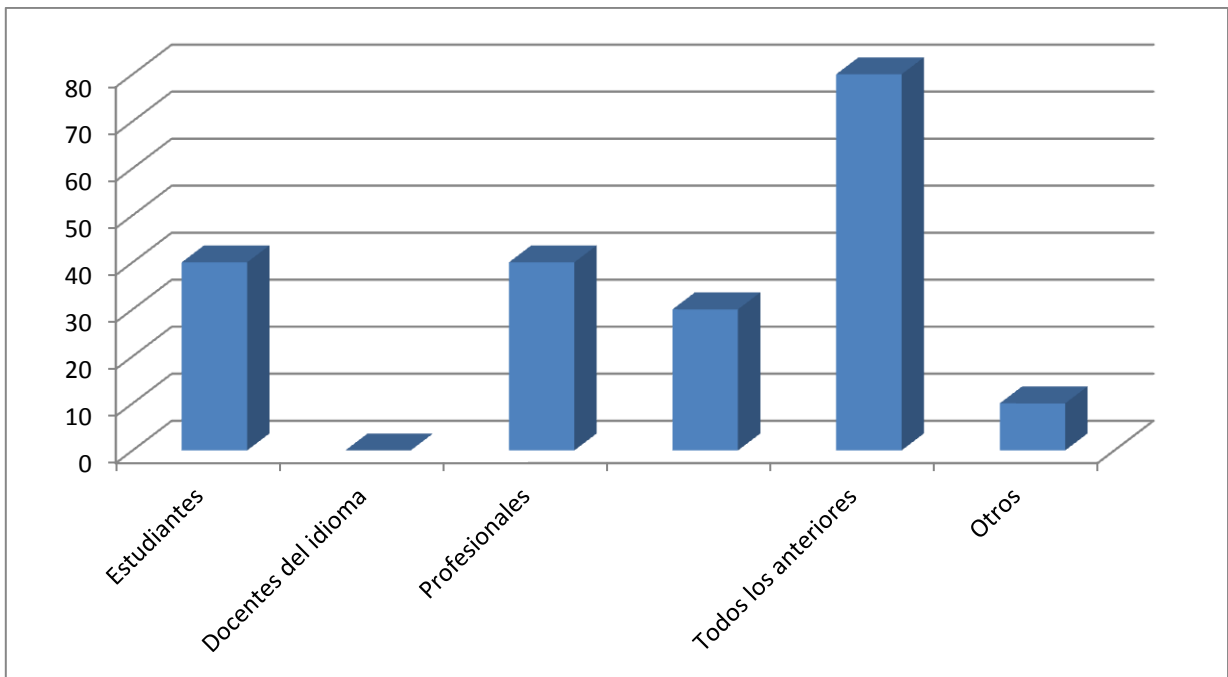
✓ **Dyalogo Ltda:**

D1, f1: El equipo de trabajo de Multilingual Solutions está conformado por profesionales en lenguas modernas, que aunque no tengan un enfoque pedagógico en sus carreras, están en total capacidad para transferir sus conocimientos a otros.

3 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

3.4 Análisis del instrumento (Gráficas)

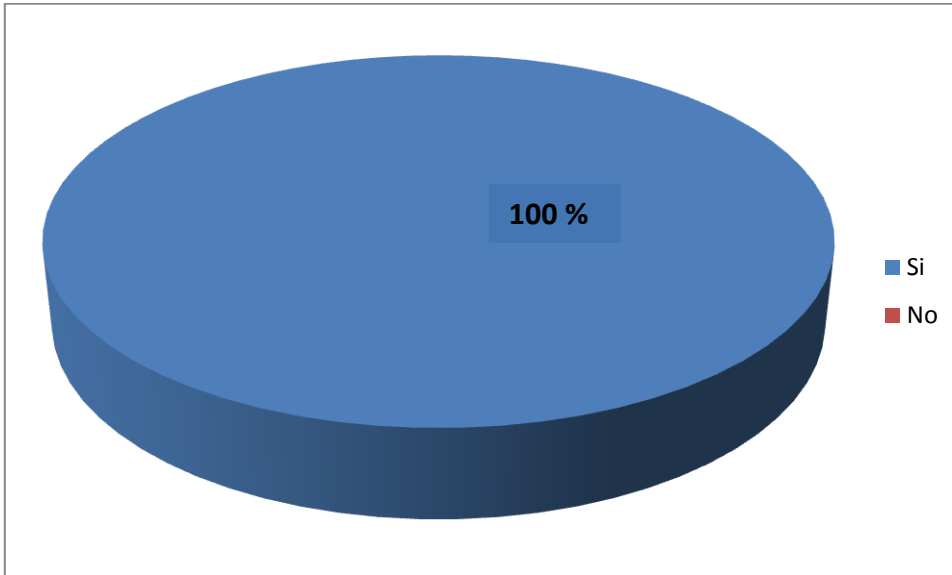
1. Su grupo de trabajo, está conformado por :



Fuente: Los autores

Esta grafica permite ver que el 80 % de las personas que trabajan en contact y call centers no son personas que cuenten con una preparación profesional y/o técnica especializada en una segunda lengua. Por esto, podemos deducir, que este grupo de personas cuenta con un conocimiento empírico y básico en una segunda lengua.

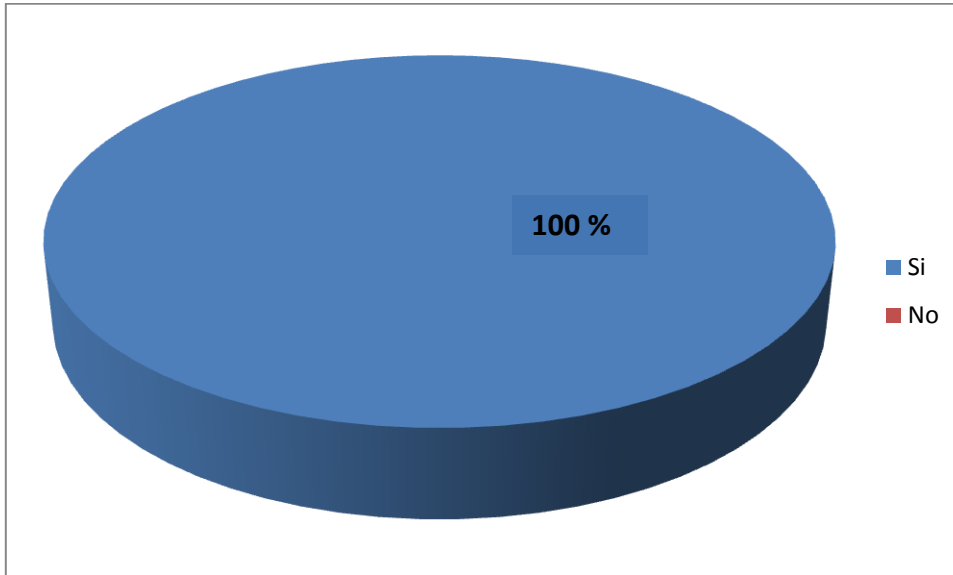
2. ¿Ha tenido que prescindir de agentes o cambiarlos de labor por tener dificultades con el manejo del idioma?



Fuente: Los autores

Con esta grafica, podemos identificar claramente que el 100% de las empresas que tienen agentes con dominio de una segunda lengua, ellos presentan algún tipo de dificultad respecto al manejo del mismo.

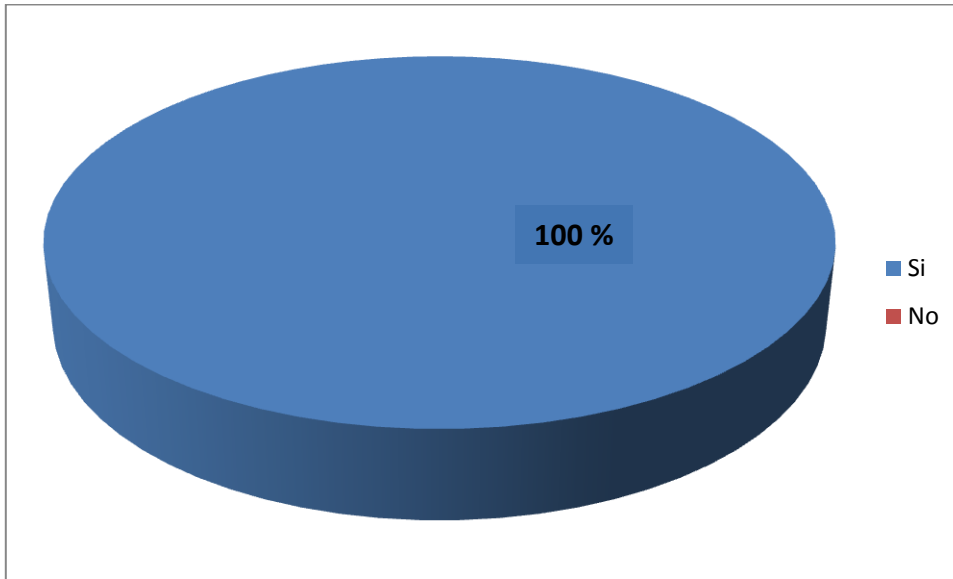
3. ¿Considera usted que un mal manejo del idioma afecta la imagen de su empresa ante el usuario ó la relación con el cliente directo del call center?



Fuente: Los autores

El 100% de los encuestados afirman que un mal manejo del idioma puede afectar de manera inadecuada la compañía en su parte interna y externa.

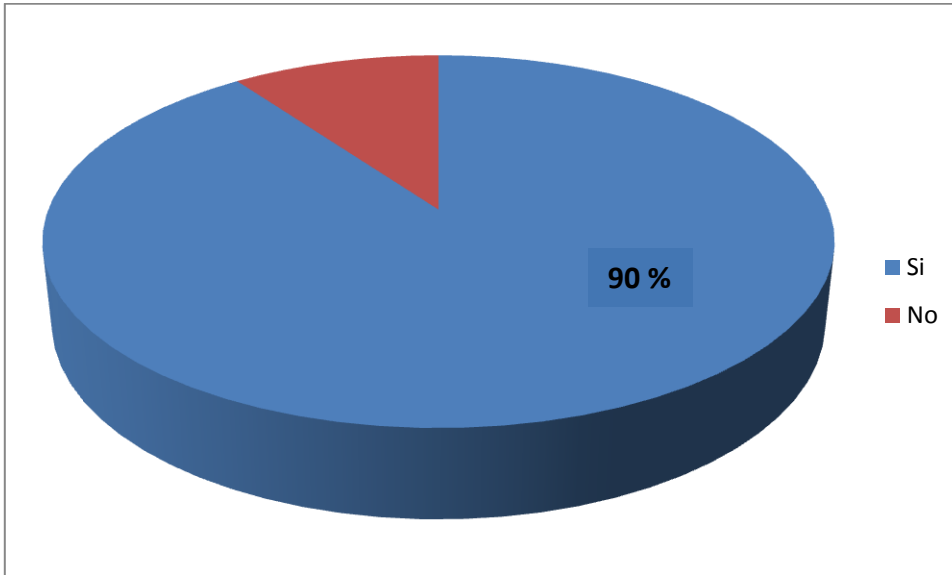
4. ¿Estaría dispuesto a pagar por capacitar agentes que aunque tienen conocimiento en el idioma presentan algún tipo de falencia oral, escrita, de comprensión auditiva, si esto permitiera mejorar dichas falencias?



Fuente: Los Autores

Se evidencia claramente que el 100% de los directores encuestados están dispuestos a pagar por capacitar a sus empleados, esto quiere decir, que están dispuestos a invertir en su equipo de trabajo para mejorar su servicio.

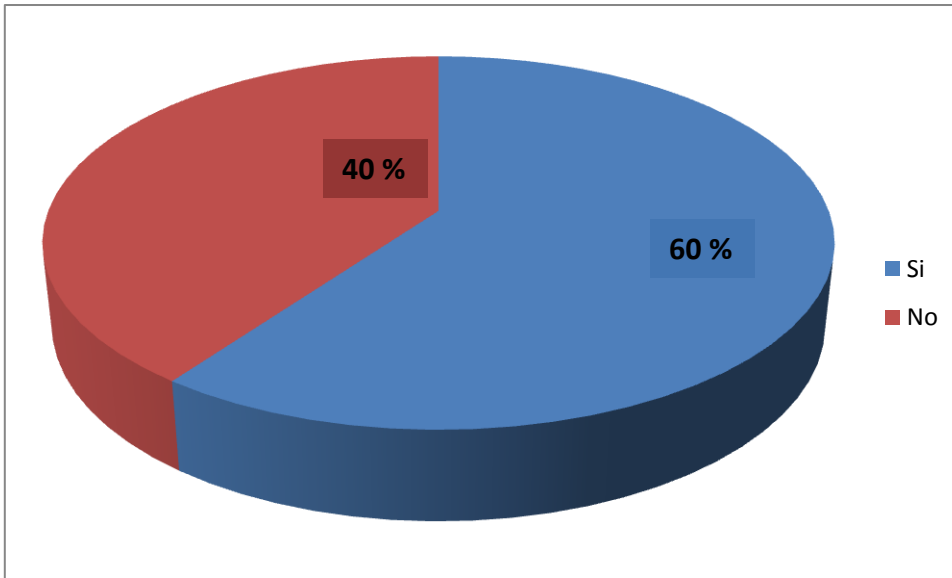
5. ¿Estaría dispuesto a contratar un outsourcing que ayude a sus agentes a mejorar el servicio prestado y el uso del idioma?



Fuente: Los autores

El 90% de los directivos encuestados están dispuestos a contratar personal externo para capacitar a sus empleados y mejorar el manejo de una segunda lengua.

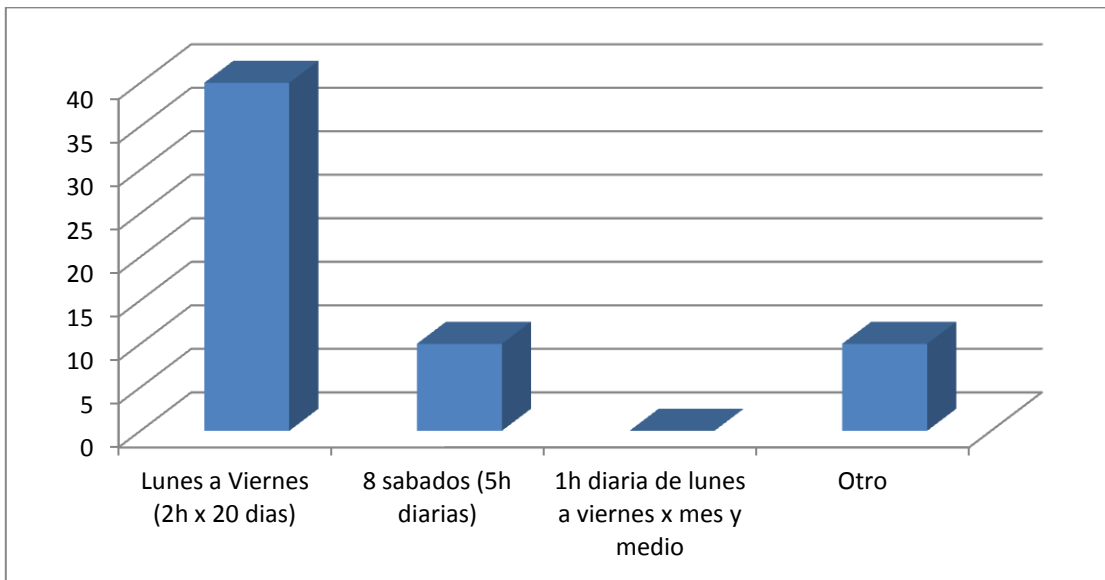
6. ¿Permitiría que sus agentes se capaciten en tiempo laboral?



Fuente: Los autores

El 60 % de las empresas están dispuestos a que sus empleados se capaciten en horas laborales, el otro 40% restante no, ya que esto puede interrumpir las actividades de la empresa.

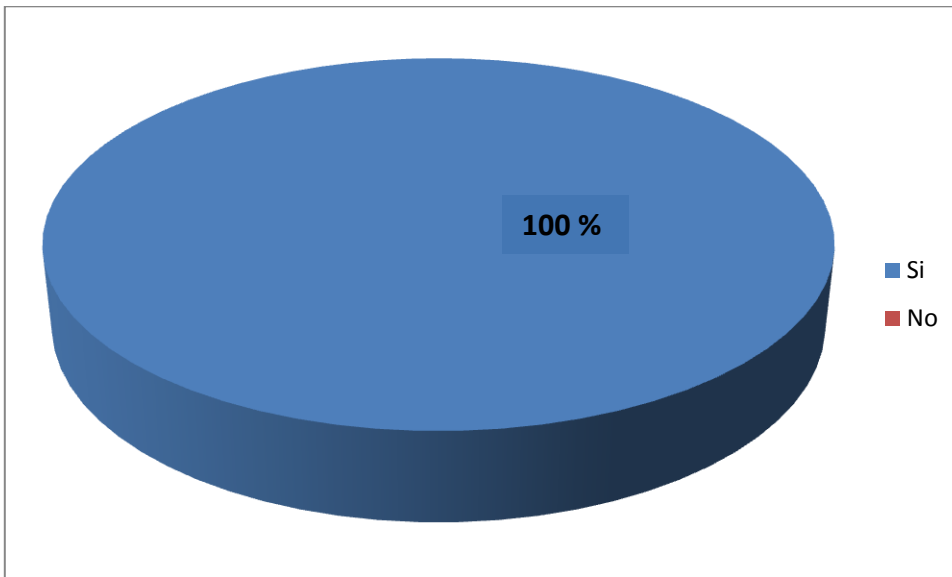
7. Si respondió sí, y suponiendo que la capacitación contaría con una duración de 40 horas
¿En qué horario escogería dicha capacitación?



Fuente: Los autores

Del 60% de los directivos encuestados, el 40% cree conveniente que sus empleados reciban capacitación con una duración de 20 días, dos horas diarias de lunes a viernes. Un 10% opta por capacitaciones los sábados 5 horas diarias, teniendo en cuenta que la mayoría de call centers trabaja de lunes a sábado. Finalmente, un 10% restante (otro) prefiere tomar dos horas diarias durante dos meses.

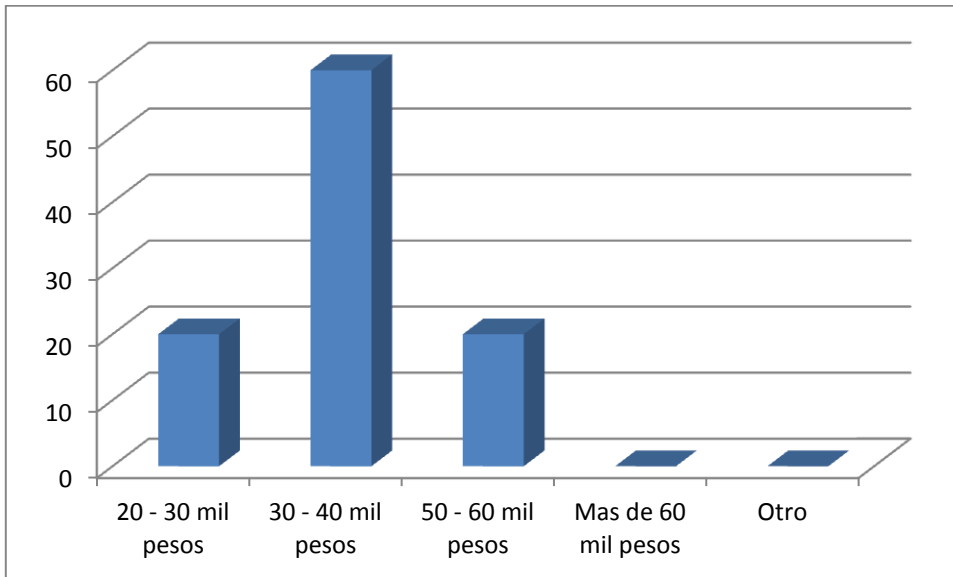
8. ¿Estaría dispuesto a proveer una sala de capacitación?



Fuente: Los autores

El 100% de las empresas encuestadas estarían dispuestos a facilitar un lugar para poder capacitar a su personal, independientemente que vayan o no a adquirir un servicio de capacitación.

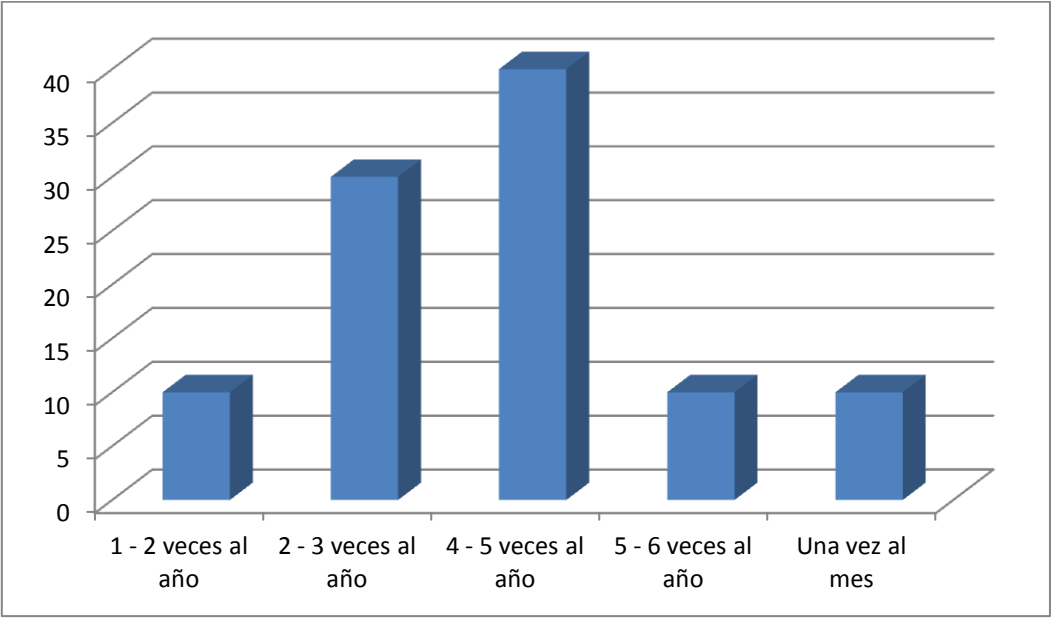
9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hora de capacitación? Tenga en cuenta que esta tendría una duración de 40 horas y su cobro se haría por un grupo de 10 personas.



Fuente: Los autores

El 60% de empresas pagarían entre 30 a 40 mil pesos la hora de capacitación, teniendo en cuenta las especificaciones de Multilingual Solutions.

10. Teniendo en cuenta el flujo de personal anual que maneja su empresa o línea de trabajo ¿Cuántas veces estaría dispuesto a contratar el servicio de dichas capacitaciones?



Fuente: Los autores

El 40% de los directivos prefiere capacitar sus empleados entre 4 y 5 veces al año, un 30% entre 2 y 3 veces al año y las otras tres opciones restantes fueron seleccionadas por un 10% cada una.

3.3 Ficha Técnica

SOLICITADA POR: Lina Rodríguez y Carlos Andrés Yopasá

REALIZADA POR: Estudiantes de la Universidad EAN

UNIVERSO (Mercado potencial, contexto del mercado): Jefes de Call Centers con dominio de una segunda lengua, localizados en Bogotá.

UNIDAD DE MUESTREO: Call Centers y empresas que utilicen una segunda lengua

FECHA: 27 de Octubre de 2011

AREA DE COBERTURA: Bogotá, Colombia

TIPO DE MUESTREO (No Probabilístico, probabilístico, estratificado, M.A, S, etc.): Probabilístico

TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS: Grupos foco, encuesta, encuesta correo electrónico

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 10 personas encuestadas

TRABAJO PILOTO: Del 27 de octubre al 28 de Octubre del 2011 – 10 encuestas realizadas

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Saber si las empresas reconocen sus falencias respecto al manejo de una segunda lengua y si estarían dispuestos a contratar un servicio para mejoras del mismo.

Nº DE PREGUNTAS FORMULADAS: 10 preguntas

Fuente:

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20II/ftcnica.htm>

3.4 Conclusiones del análisis de instrumento

- Todos los encuestados afirmaron que sus empresas cuentan con diferentes tipos de personas que tienen manejo empírico de una segunda lengua.
 - El 100% de los directivos encuestados reitero que han tenido que prescindir de agentes o asignarles otro tipo de labores debido a sus falencias con una segunda lengua.
 - Con base en los resultados de la pregunta 4 y 5, muestra claramente que las empresas estarían dispuestas a pagar por un servicio de capacitación para mejorar las falencias que presentan sus trabajadores. Esto señala que Multilingual Solutions tiene altas probabilidades de ser exitosa al prestar un servicio a los Call y Contact Centers.
 - Las probabilidades de dictar las capacitaciones en horario laboral son de un 60% y fuera de un horario asignado por la empresa de un 40%; de igual manera, Multilingual Solutions ofrece un abanico de posibilidades a la hora de fijar sus horarios de capacitación.
 - El precio sugerido por las empresas en cuestión al pago es de \$30.000 a \$40.000 pesos por hora de capacitación.
 - El 40% de las empresas contrataría los servicios de Multilingual de 4 a 5 veces al año.
 - Multilingual realizó un estudio de mercado a las primeras cuatro de las 15 empresas bilingües con mayor reconocimiento en la ciudad de Bogotá.
1. Allus Global BPO Center , Convergys, Bilateral, Zona Franca Bogotá, Atento, Andicall , Adecco Colombia S.A., Digitex Internacional , Sitel de Colombia, Teleacción, ACS (EE.UU.), Citibank, IBM (EE.UU.), Hewlett Packard (EE.UU.), Microsoft

La primera empresa de la lista: Allus Global BPO Center, tiene tres líneas bilingües en su dominio a la cual se encuestaron dos de ellas: Allconnect y Bayer. De esta forma se perfiló como el mercado objetivo en una primera instancia estas cuatro empresas o seis teniendo en cuenta las líneas bilingües Allconnect y Bayer para realizar la proyección de ventas.

4 ESTRATEGIA DE MERCADO

4.4 Concepto de Servicio:

El servicio de Multilingual Solutions es ofrecer capacitación a los agentes de contact y call centers de Bogotá con dominio de una segunda lengua. La capacitación consiste en mejorar las falencias comunicativas que se presentan en empresas de este tipo, y así optimizar los servicios de estas compañías por medio de mejoras en el servicio prestado por sus agentes.

A futuro la idea de Multilingual es expandirse en las diferentes regiones del país, inicialmente en el idioma inglés, pero dada la formación en lenguas del equipo de trabajo se piensa capacitar a agentes en los idiomas francés, italiano, portugués, alemán y español. No sólo a los call y contact centers sino a empresas con dominio de una segunda lengua para así aumentar el nicho de mercado de la empresa.

Todo el contenido de este paquete de servicio es enfocado a los Bpo, contact y call centers, lo cual marca una gran diferencia ya que no existe otra empresa que brinde este servicio o por lo menos no en una segunda lengua. Los cursos ofrecidos a personas que manejan una segunda lengua están relacionados en las áreas de gastronomía, negocios, jurídica, medicina y cursos del idioma en general, pero ninguno con el enfoque de Multilingual, lo que significa una ventaja para incursionar en este mercado creciente.

El precio del paquete de servicio de Multilingual se obtuvo al estudiar los precios de cursos especializados de las instituciones de enseñanza en idiomas más reconocidas. Estas son:

- Istituto italiano di cultura \$ 1.000.000 curso de italiano
- Instituto Ibraco \$650.000 curso de Portugués (48 horas)
- British Council \$1.200.000 curso de inglés
- Goethe Institut \$1.400.000 curso de alemán

El precio de estos cursos se paga por cada persona, no por grupo, tienen una duración de 80 horas, es decir el equivalente a un mes y medio de estudio, dividen sus clases en dos horas diarias de lunes a viernes y manejan un grupo que oscila entre 15 a 25 personas. También realizamos

consultas a docentes y capacitadores y la hora estándar que cobran por la asesoría o clase, esta alrededor de \$40.000 a \$50.000, es decir que si una empresa quisiera contratar un capacitador o docente del idioma, la empresa tendría que pagar aproximadamente por 40 horas de capacitación \$2.000.000 por cada asesor. Teniendo esto de base fijamos el precio en \$1.000.000 por asesor o \$10.000.000 por el grupo mínimo que sugiere Multilingual, es decir \$25.000 por hora de capacitación de cada persona, consideramos que es un precio justo y asequible para las empresas ya que es una capacitación especializada a diferencia de los cursos de aprendizaje del idioma. Este valor se cobra a la empresa por grupo de trabajo es decir que la empresa cliente de Multilingual estaría pagando el equivalente a \$10.000.000 por un grupo de 10 asesores que le ahorraría a la empresa una gran suma de dinero y aparte los costos de movilización de sus asesores.

Para armar el paquete de servicios de capacitación de Multilingual Solutions, se hizo un estudio en diferentes empresas (BPO, contact y call centres de Bogotá) lo que nos permitió identificar las debilidades de los agentes en el manejo de un segundo idioma y con esto realizar este paquete de servicio:

- **Capacitación a asesores con dominio de una segunda lengua**

1. Reflexión sobre el servicio prestado
 - A. Dinámica en equipo
 - B. Aspectos y procesos a mejorar
 - C. Administración del tiempo
 - D. Manejo de situaciones
 - E. Simulación
2. Vocabulario
 - A. Expresiones y preguntas comunes
 - B. Vocabulario técnico de la empresa
 - C. Composición de textos y argumentación

3. Técnicas de atención telefónica en una segunda lengua

- A. Parafraseo
- B. Scripts de conversaciones habituales
- C. Respuesta asertiva a las dudas del cliente
- D. Uso del tono de voz
- E. Asesoría en pronunciación
- F. Role playing

4. Entrenamiento auditivo

- A. Identificar perfil del cliente
- B. Escucha activa
- C. Reconocimiento de acentos
- D. Dinámica con el cliente
- E. Práctica de roles
- F. Solución puntual

Duración

Los clientes de Multilingual Solutions podrán elegir la jornada de su preferencia, en uno de los siguientes horarios:

- Lunes a viernes dos horas diarias durante 20 días
- 8 sábados, cinco horas diarias
- 1 hora diaria de lunes a viernes durante un mes y una semana

Cada uno de los temas abarca dos horas para un total de 40 horas de capacitación y con un cupo de 10 personas, para los casos especiales en donde el grupo de trabajo sea mayor o menor a 10 personas, Multilingual llegará a un acuerdo directamente con la empresa.

Metodología

La capacitación de estos diez agentes se realizará en mesa redonda dado que permite tener un mejor contacto visual y participación activa de los mismos.

La capacitación teórica se realizará por medio de diapositivas y material visual.

Los ejercicios de audio se harán con grabaciones reales y en las últimas dos sesiones de capacitación los asesores responderán llamadas internacionales con supervisión del capacitador.

Al finalizar la capacitación se hará entrega de material virtual con audio, los aspectos a mejorar de cada agente y un plan de mejora individual dependiendo las falencias de cada asesor.

Precios

- Paquete de 40 horas de capacitación para 10 asesores: \$10.000.000

4.2. Estrategias de distribución o difusión:

Nuestro servicio será entregado en la puerta del cliente, y este no tendrá que desplazar todo su personal a un lugar especial. Contamos con asesorías y capacitaciones personalizadas, dirigidas y dadas directamente en el lugar de trabajo.

4.3. Estrategias de precio:

El precio establecido por Multilingual Solutions fue fijado de acuerdo a una investigación realizada por parte del equipo de trabajo, que permitió fijar un precio altamente competitivo y que permite ahorrar al cliente de Multilingual, este precio corresponde a \$10.000.000 por un grupo de 10 personas y por 40 horas de capacitación, es decir que cada persona pagaría el equivalente a \$25.000 por hora de capacitación.

4.4. Estrategias de promoción:

Multilingual Solutions hará conocer su servicio, realizando visitas a los call y contact centers Bilingües de Bogotá presentando su propuesta de servicio por medio de reuniones con los directivos de las empresas para demostrar la importancia y beneficios de estas capacitaciones en sus compañías. Para realizar esto Multilingual usará tarjetas de presentación, catálogos con los servicios, horarios y condiciones, papelería con el logo de la empresa y creará un sitio web en donde las empresas podrán contactar y conocer el servicio prestado por la misma.

4.5. Presupuesto de publicidad anual

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Establecimiento de cotización	VALOR
1	Pagina Web	Diseñadora independiente	\$200,000
200	Tarjetas de presentación	Hels publicidad	\$10.000
200	Brochures	Hels publicidad	\$400.000
1000	Hojas membretadas Multilingual Solutions	Hels publicidad	\$130,000
Total			\$740.000

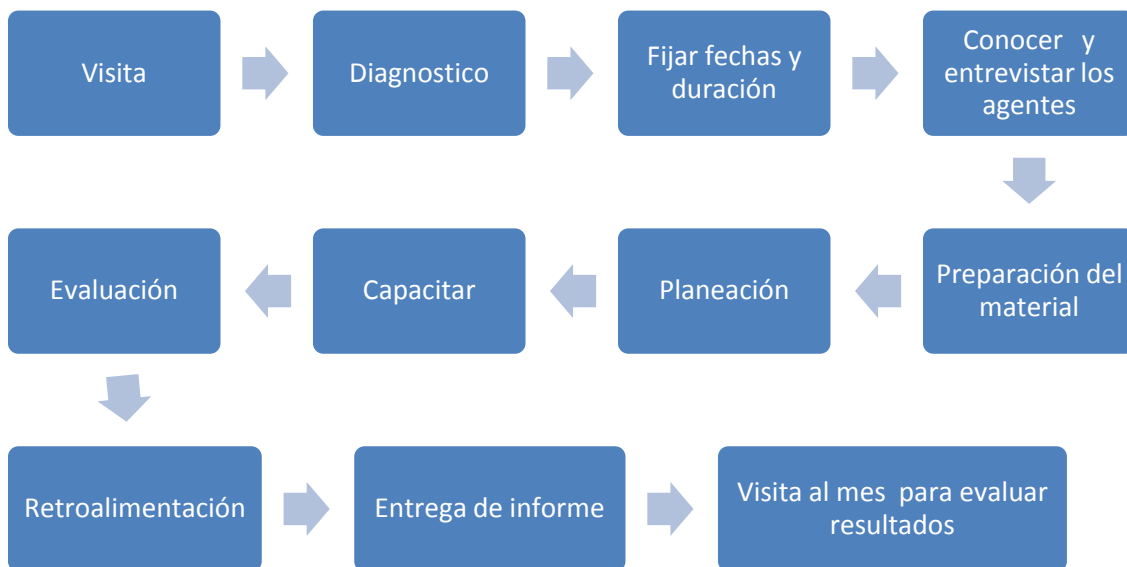
5. PROYECCIÓN DE VENTAS

5.1. Operación:

La finalidad de Multilingual Solutions es ofrecer un servicio puerta a puerta y llevando el servicio a las manos del cliente. Así el cliente evitara desplazamientos y podrá constatar la calidad y eficacia del servicio.

5.2. Descripción del proceso del servicio:

Gráfica 13. Descripción del proceso del servicio:



5.3. Necesidades y Requerimientos:

- 1.** Para su creación y constitución cada socio aportará \$5.000.000 provenientes de recursos propios es decir \$10.000.000 para el montaje y puesta en marcha de la empresa.
- 2.** Para ser capacitadores de Multilingual Solutions se requiere el perfil profesional de lenguas modernas de la universidad EAN y experiencia laboral en el mercado objetivo es decir en call o contact centers que manejen una segunda lengua.
- 3.** Multilingual Solutions necesitará una oficina, la cual estará ubicada en la Carrera 52 No. 122 – 56, barrio Batán.
- 4.** Los computadores serán aportados por cada uno de los socios/empleados.
- 5.** Los contactos se harán a través de número fijo de la oficina y celulares de los socios.
- 6.** Los enseres tales como impresora, teléfonos, teatro en casa, audífonos, video-beams y papelería serán requeridos por Multilingual Solutions.

6. PLAN DE COMPRAS

6.1 Costos de producción

Tabla 8. Costos de producción por curso

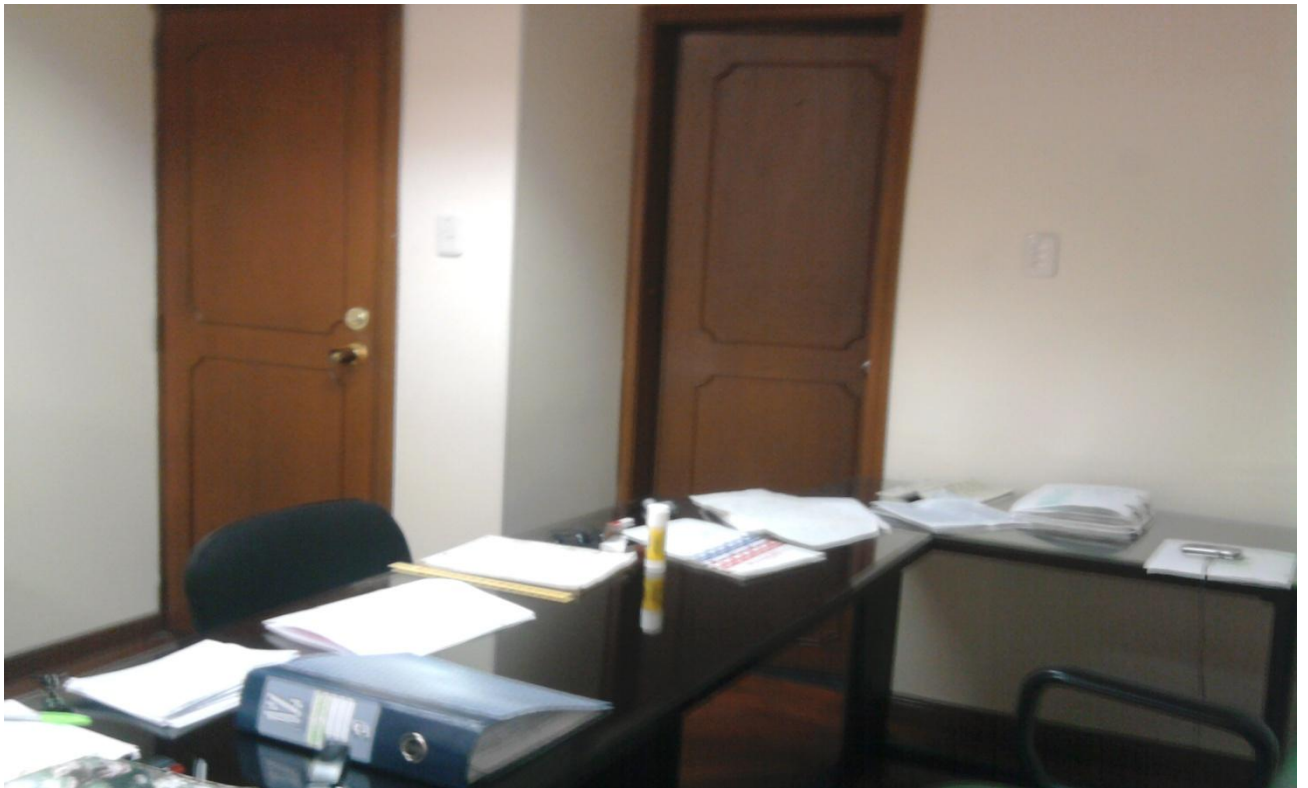
Cantidad	Descripción	Establecimiento de cotización	Valor Unitario	Valor total
5	Brochures	Hels publicidad	\$2000	\$10,000
5	Tarjetas de presentación	Hels publicidad	\$50	\$250
20	Hojas membretadas	Hels publicidad	\$130	\$2,600
2	Bolígrafos	Papelería el faro	\$600	\$1,200
12	CDS	Centro comercial Unilago	\$500	\$6,000
20 días	Subsidio de transporte		\$15,000	\$300,000
	Total Mensual			\$320,050
24 Cursos	Total Anual			\$7,681,200

6.2 Infraestructura

Multilingual Solutions situará su oficina principal en la Cra.52 N. 122-56 en el barrio Batán. Se escogió este lugar por precio y por tener una ubicación con fácil acceso en medio de la autopista norte y la calle 127, un lugar seguro y confiable para atender a sus clientes y en donde se puede llegar por vehículo particular, bus o transmilenio. Además en este mismo predio funciona una revista de negocios en donde se maneja datafono, esta empresa cobra el 3 % del valor de la transacción en caso que tal que el cliente desee hacer pago con tarjeta de crédito, lo que en un inicio puede resultar beneficioso para Multilingual Solutions.

Gráfica 14. Oficina de Multilingual





7. ORGANIZACIÓN

7.0. Misión y Visión:

Misión

Multilingual Solutions es una empresa de capacitación a personal con dominio de una segunda lengua, orientada a profesionalizar el sector de los call y contact centers bilingües por medio del servicio prestado por sus agentes.

Cuenta con un equipo profesional en lenguas modernas con énfasis en traducción, conocimientos empresariales y experiencia laboral en el sector, caracterizados por su responsabilidad, liderazgo, eficacia, honestidad, creatividad y trabajo en equipo.

Visión

Para el 2015, Multilingual Solutions llegará a ser una empresa líder y respetada en el sector empresarial multilingüe, siendo reconocidos como líderes en capacitación de personal, orientados a mejorar el funcionamiento interno de las organizaciones y ser distinguidos por el desarrollo de programas de formación y capacitaciones útiles e integrales con el propósito de mejorar habilidades comunicativas.

7.1. Análisis DOFA del servicio ofrecido:

Tabla 9. Análisis DOFA de Multilingual Solutions

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos en el mercado • Poco manejo de recursos tecnológicos • Poca experiencia en el campo de la capacitación • Falta de mayor preparación en las funciones y actividades de la empresa. • No hay equilibrio entre la cantidad de personas a capacitar con los capacitadores 	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación académica del equipo de trabajo • Experiencia laboral en call y contact centers y en empresas de reconocimiento nacional. • Profesionales con dominio en más de una lengua extranjera. • Mejorar el servicio prestado por las empresas
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Innovación • Ser líderes en el campo de la capacitación especializada a call y contact centers con dominio y uso de una segunda lengua. • Entrar en el mercado de las empresas bilingües (mercado en desarrollo) 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas con mayor trayectoria. • Nivel de capacitación del personal de la empresa.

Fuente: Los autores

Tabla 10. Análisis DOFA idea de negocio:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Idea innovadora • Manejo de idiomas • Conocimientos técnicos de los idiomas aprendidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de solo dos idiomas (inglés y español) • Falta de profundidad en conocimientos de administración de empresas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Permite acercar al equipo de trabajo perfil de su carrera. • Descubrir campos laborales de aplicación para la carrera. • Aplicar los conocimientos adquiridos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en los campos de conocimiento. • Falta de un modelo a seguir, dado que es una idea innovadora.

Fuente: Los autores

7.2. Estrategia Organizacional:

D1, f1: Aunque Multilingual no cuenta con la experiencia empresarial, la preparación académica del equipo de trabajo permitirá incursionar en este mercado de una forma innovadora y especializada en el sector de la tercerización.

D2, f2: La empresa no cuenta con equipos tecnológicos o software avanzados para dar las capacitaciones, pero en lugar a ello el equipo de trabajo hará uso de su experiencia laboral y profesional lo que le ha permitido enriquecer sus conocimientos en el área de los idiomas aplicado a los call y contact centers, y esto es de vital importancia ya que su incursión en el mercado necesita inicialmente de su conocimiento intelectual más no de recursos tecnológicos.

D3, f3: No se tiene formación pedagógica ni experiencia en el campo de la capacitación, no obstante de acuerdo a una investigación realizada por el grupo de trabajo no se necesita de formación docente para ser capacitador y se puede contar con asesoría a docentes o capacitadores con mayor experiencia en cómo llevar un grupo de trabajo y transmitir ideas, lo cual permitirá comenzar con pie derecho el desarrollo exitoso de esta idea de negocio.

D4, f4: La preparación como profesionales de lenguas modernas y la experiencia laboral del equipo de trabajo, les permitirá desarrollar un mejor trabajo en la empresa para así brindar una solución efectiva a las falencias que presenten en el uso de una segunda lengua.

O1, A1: Aunque en el mercado hay un gran número de empresas que trabajan con los idiomas, el enfoque de Multilingual Solutions es innovador y único en el mercado; ya que su objetivo es mejorar las falencias en call y contact centers con manejo de una segunda lengua, optimizando así sus operaciones internas y externas.

O2, A2: A pesar de que los capacitadores cuentan con experiencia laboral y formación profesional para el desarrollo de la idea de negocio, ellos son conscientes de que necesitan mayor preparación académica, por esta razón a futuro ellos piensan desarrollar estudios complementarios que les permitirá ser líderes innovadores en capacitación a este segmento de mercado.

O3, A3: Aunque no hay un equilibrio entre el número de capacitadores y el personal a capacitar se desarrolló una estrategia para realizar una capacitación semi-personalizada con un grupo de diez

personas lo cual de acuerdo a personas con mayor experiencia en el campo de la capacitación permite tener un buen dominio de grupo y mejor transmisión de ideas.

7.3. Aspectos legales:

A la hora de constituir una empresa, lo primero que se debe tener claro, es bajo qué tipo de persona ante la ley, va a ser constituida la empresa, es decir si se constituirá bajo persona natural o persona jurídica. *La persona natural comerciante es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal; dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce. La persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.*¹⁸

En el caso de Multilingual Solutions, su creación se haría bajo persona jurídica para la cual, la cámara de comercio explica los pasos a seguir:

1. Asesoría e idea de creación de empresa : El Centro de Emprendimiento Bogotá Emprende, es una iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá en convenio con la Alcaldía Mayor de Bogotá, Ellos cuentan con una página web, en la cual se podrá recibir orientación especializada sobre las actividades que va a desarrollar como persona natural y/o jurídica: www.bogotaemprende.com. Allí también se podrá encontrar horarios y puntos de atención en la ciudad.

2. Documentos requeridos por Multilingual Solutions para registrarse como persona jurídica ante la Cámara de Comercio:
 - ✓ *Formulario del Registro Único Tributario RUT (se diligencia en www.dian.gov.co).*
 - ✓ *Formulario RUE (Registro Único Empresarial).*
 - ✓ *Carátula única empresarial y anexo de matrícula mercantil.*
 - ✓ *Formulario registro con otras entidades.*
 - ✓ *Original del documento de identidad.*

¹⁸ Cámara de Comercio de Bogotá (s.f.) Pasos para creación de empresa.
<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>

- ✓ *Estatutos de la persona jurídica (documento privado o documento público)*¹⁹

Otros procedimientos necesarios a la hora de crear Multilingual Solutions y que deben hacerse antes de empezar la creación y registro de la empresa como tal, son los siguientes:

- ✓ Consultar si el nombre de la empresa a que se va a crear existe y si está inscrita en otra cámara de comercio del país.
 - ✓ Consultar por medio de las guías que ofrece la Cámara de Comercio, que formas jurídicas existen para poder ejercer una actividad económica y cuáles son sus particularidades.
 - ✓ Consultar su clasificación económica, el código CIU, es decir el código de clasificación industrial internacional uniforme. Este código reúne diferentes actividades económicas similares en diversas categorías, facilitando a los empresarios el manejo de información estadística y empresarial. Este código deberá diligenciarse en el formulario de inscripción de matrícula mercantil. También este código será de gran ayuda a la hora de estudiar la competencia, los diferentes proveedores, analizar un mercado potencial y las posibles estrategias comerciales para mejorar las ventas.
 - ✓ Consultar uso del suelo – DAPD (Departamento Administrativo de Planeación Distrital): esta consulta se realiza para saber si el proyecto puede llevarse a cabo “físicamente”.
3. RUT: El registro único tributario es un documento suministrado por la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) el cual *“ es un mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyente declarante de impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos de obligaciones administradas*

¹⁹ Cámara de Comercio de Bogotá (s.f.)
http://www.empresario.com.co/recursos/instructivos/CCB/pasos_crear/persona_jur_p02.html

por la DIAN”²⁰. Con el RUT, el paso a seguir es la asignación del NIT (Numero de identificación Tributaria).

4. Elaborar un documento público para establecer la creación y constitución de la empresa: Hay dos formas de elaborarlo, una es crear una minuta de constitución o un documento público.
 - ✓ Minuta de constitución: este se elabora si la empresa que se va a constituir tiene activos totales menores a 500 salarios mínimo legales vigentes al mes o el numero de sus trabajadores no supera los 10 trabajadores y no se hacen aporte de bienes inmuebles.
 - ✓ Escritura Pública: este se elabora a diferencia de la minuta, sin un valor de activos y/o número de trabajadores establecido, pero se hace aporte de bienes inmuebles. En este caso, el impuesto de registro deberá ser pagado en la oficina de instrumentos públicos con copia del recibo que acredite que efectivamente se hizo.

Cualquiera que sea el documento escogido debe contener los siguientes requisitos:

- ✓ *Nombre, documento identidad y domicilio (ciudad o municipio) de accionistas.*
- ✓ *Razón social seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificada o S.A.S.*
- ✓ *Domicilio principal: La ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.*
- ✓ *Término de duración. (Puede ser indefinido). En ausencia de estipulación contractual el término de duración será indefinido.*
- ✓ *Enunciación de actividades principales. Puede definirse que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil lícita. Si nada se dice en los estatutos, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.*
- ✓ *Capital autorizado, suscrito y pagado: Se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido.*
- ✓ *Clase, número y valor nominal de las acciones.*

²⁰ Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN (s.f.)
http://www.dian.gov.co/descargas/ayuda/guia_rut/content/Generalidades1.htm#1

- ✓ *El capital se pagará en los plazos establecidos en los estatutos. Este plazo no podrá exceder el término de dos (2) años.*
- ✓ *La prohibición de negociar acciones no puede exceder el término de diez (10) años, prorrogable por períodos de diez (10) años.*
- ✓ *Forma de administración: Establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.*
- ✓ *Nombre, identificación y facultades de los administradores. Se debe designar, cuando menos un representante legal.*
- ✓ *Nombramientos: el nombre, apellidos e identificación de los representantes legales, miembros de junta directiva (si esta creado el órgano en sus estatutos), revisores fiscales, según el caso.*
- ✓ *Cláusula compromisoria*²¹

Nota: Si su capital pagado es cero pesos (\$0) indicarlo así en el documento de constitución.

Luego de realizar todos estos pasos, Multilingual Solutions adquirirá:

- ✓ El NIT, que será emitido por la DIAN
- ✓ Multilingual Solutions quedara formalizada ante la DIAN.
- ✓ Recibirá la notificación de apertura del establecimiento ante Planeación Distrital.

²¹ Cámara de Comercio de Bogotá (s.f.) Guía Constitución de SAS No. 28. Página 1, tercer subtítulo.
http://camara.ccb.org.co/documentos/6848_guia28sas.pdf

7.4 Constitución de la empresa

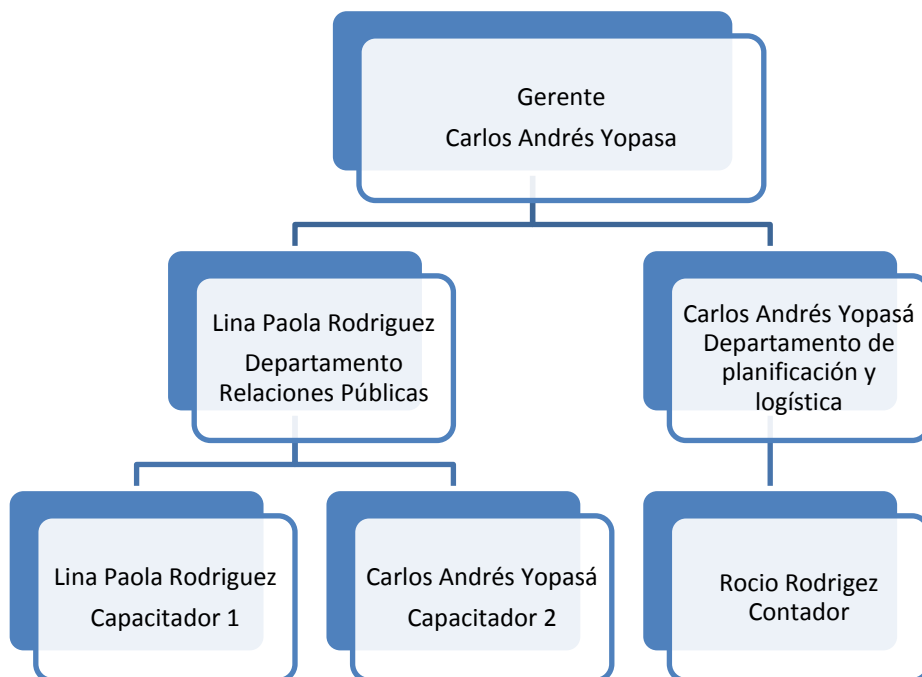
¿Por qué Multilingual Solutions decidió constituirse como una Sociedad por Acciones Simplificadas?

Ya que de acuerdo a la Ley 1258 de diciembre de 2008 una SAS:

- ✓ Para constituir la no se necesita de una suma fija de capital
- ✓ No requiere un número de empleados determinados; el número de trabajadores puede ser mayor o menor a 10.
- ✓ Esta sociedad puede ser constituida por un solo accionista o más, sin que el hecho que la persona que la integre sea jurídica o natural.
- ✓ Este tipo de sociedad puede fundarse con un documento privado, no se requiere una escritura pública.
- ✓ La permanencia en el mercado puede ser indefinida y la sociedad no rige bajo ningún código de comercio.
- ✓ Los accionistas de la sociedad no asumen ninguna responsabilidad solidaria en las deudas tributarias de la misma.
- ✓ Este tipo de sociedad no exige tener órganos administrativos, si cuenta con un representante legal es suficiente. Si la empresa es constituida por una sola persona esta persona puede hacer el papel de representante legal y si la misma decide crear una junta directiva, el representante y único accionista puede ser su único miembro.
- ✓ No requiere de un revisor fiscal. Sin embargo, la Ley 1258 de 2008, artículo 28: *En caso de que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo de revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente. En todo caso las utilidades se justificaran en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.*

7.5 Estructura Organizacional (organigrama)

Para que Multilingual Solutions funcione correctamente es necesario que se cumplan las siguientes funciones.



Gerente: *El término gerente denomina a quién está a cargo de la dirección de alguna organización, institución o empresa o parte de ella. El papel del gerente es utilizar tan eficientemente como sea posible los recursos a su disposición a fin de obtener el máximo posible beneficio de los mismos.* ²² En otras palabras, maximizar la utilidad productiva de su organización, sección, etc.

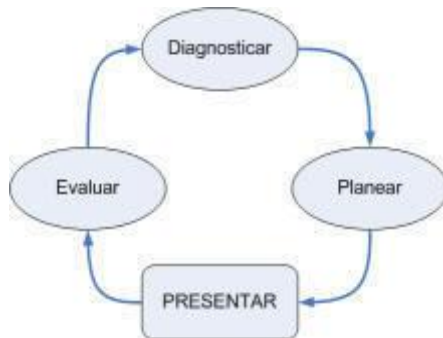
Departamento de relaciones públicas: Este departamento se encarga de crear acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

²² Wikipedia <http://es.wikipedia.org/wiki/Gerente>

Las Relaciones Públicas implementan técnicas de negociación, marketing, publicidad y administración para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quienes se dirige un programa de Relaciones Públicas.

Departamento de planificación y logística: *Es el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución, desde su planificación, implementación, y control.*²³ En el caso de Multilingual Solutions el departamento de planificación y logística se encargará de desarrollar las capacitaciones para cada empresa, basándose en el siguiente esquema:

Gráfica 15. Pasos de la capacitación



Fuente: **Jorge E. Pereira, artículo liderazgo es capacitar**

El anterior grafico es lo que se llama DNC, que quiere decir diagnóstico de necesidades de capacitación. Este diagnóstico se hará por parte de este departamento para realizar la planificación y logística de las capacitaciones, el cual se hace generalmente por medio de un

²³ Curso de docencia Universitaria – Logística y Distribución.
<http://www.slideshare.net/JessySanchez/logistica-y-distribucion-3300144>

cuestionario, entrevistas personales y estudio de la situación de la empresa, con todos o una parte importante de los que serán capacitados. Basado en el diagnóstico se hace una planificación de la capacitación a la medida de las necesidades del grupo objetivo. Luego se presenta la capacitación, adaptada a las falencias o refuerzos del idioma y del servicio que tenga cada grupo en particular. El paso siguiente es la evaluar los resultados con la finalidad de determinar si se ha conseguido los cambios esperados en el uso del idioma, actitud de servicio y mejora del mismo por parte del personal capacitado. Finalmente se realizará una evaluación y un seguimiento del personal capacitado con una visita a la empresa al mes siguiente.

Capacitador: *El capacitador fundamentalmente es un "agente de cambio", que ayuda a otros a enfrentarse con lo nuevo, con el futuro. La capacitación es producto del cambio y en ocasiones su causa. El cambio puede ser tan extenso e intenso como lo determine la estrategia corporativa.²⁴ O ese cambio puede ser personal como ayudar a alguien a tener destreza en el uso de una segunda lengua.*

Contador: *Es el profesional dedicado a aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de una organización o persona, con la finalidad de producir informes para la gerencia y para terceros, que sirvan a la toma de decisiones.²⁵*

²⁴ Pereira, Jorge F. (s.f.) Liderazgo es capacitar, ¿Donde comienza la capacitación?
http://www.mercadeo.com/63_capacitar.htm

²⁵ Hernández, Karla, Junio 1 de 2008. Licenciado en administración y contador público, subtítulo Contador Público, primer párrafo. <http://www.monografias.com/trabajos72/licenciado-administracion-contador-publicado-semejanza/licenciado-administracion-contador-publicado-semejanza2.shtml>

7.6 Logo

Gráfica 16. Logo



Explicación del logo-símbolo

Sistema semiótico

El logo se basó en el principal objetivo a lograr por Multilingual Solutions, mejorar la calidad de servicio mediante una capacitación adecuada y profesional en el ámbito de la lengua inglesa.,

Sistema Cromático

Se utilizaron colores primarios en el diseño de los personajes para resaltar el talento humano de nuestra empresa, adicionalmente estos colores llaman rápidamente la atención, el círculo simboliza unión; además, se utilizan elementos de fácil recordación que hacen referencia al

servicio prestado por Multilingual Solutions, como por ejemplo la diadema y el mapa de Norteamérica.

Sistema escritural

Se utilizó la fuente "SwatchIt" sin serifas para la rápida lectura del nombre y que se adecua al diseño del logo-símbolo. (Swatchit Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890)

Logo símbolo

Gráfica 17. Logo símbolo



multilingual solutions

8. COSTOS ADMINISTRATIVOS (TABLAS/GRÁFICAS)

8.1. Gastos de personal

A futuro dependiendo del crecimiento de Multilingual se espera contratar más capacitadores, pero inicialmente la empresa será constituida y dirigida por sus dos socios y entre ellos dividirán las funciones de la empresa, de esta forma decidimos colocar el cargo capacitador en la mano de obra como un cargo que resumiera la actividad principal de sus socios. La mano de obra adicional será solo para el contador quien realizará dos visitas al mes. La mano de obra será por prestación de servicios, al igual que la mano de obra adicional es decir que de las utilidades que de la empresa se tomará el salario de los mismos por pago de honorarios sin prestaciones sociales.

Cargo	Pago mensual	Pago anual
Capitador 1	\$4,000,000	\$48,000,000
Capitador 2	4,000,000	\$48,000,000
Contador	\$150,000	\$1,800,00
Total	8,150,000	\$97,800,00

8.2. Gastos de puesta en marcha:

Maquinaria y equipos

Cantidad	Descripción	Establecimiento de cotización	Valor
1	Impresora Epson	Wan Soluciones s.a	\$260,000
2	Video Beam Epson	Wan Soluciones s.a	\$1,920,000
15	Audífonos	Wan Soluciones s.a	\$150,000
1	Teatro en casa	Carrefour	\$280,000
2	Celular Corporativo	Comcel	\$140,000
Total			\$2,750,000

Papelería

Cantidad	Descripción	Establecimiento de cotización	Valor
20	Talonarios de facturas	Hels publicidad	\$120,000
5	Resma de papel tamaño carta	Papelería el Faro	\$39,500
100	Carpetas tamaño carta –Kimberly	Papelería el Faro	\$50,000
2	Tablero acrílico con caballete	Mercadolibre	\$96,000
Total			\$305.500

Tabla de Inversión inicial

Cantidad	Descripción	Establecimiento de cotización	Valor
	Gastos de constitución	Cámara de comercio	\$101,000
	Implementos de Aseo	Carulla	\$100,000
	Efectivo		\$9,799,000
Total			\$10,000,000

8.3. Gastos anuales de administración:

Multilingual decidió escoger por precio y ubicación la empresa Grupo Card quien tiene una oficina disponible con un valor de arriendo mensual de \$1.000.000 que incluye servicios y administración.

Tabla: Gastos anuales de administración

Servicio	Pago mensual	Total anual
Arriendo	\$1,000,000	\$12,000,000
Plan corporativo teléfono móvil	\$300,000	\$3,600,00
servicios públicos	N/A	N/A
Administración	N/A	N/A
Total		\$15,600,000

Mantenimiento de equipos

Cantidad	Descripción	Valor Trimestral	Valor anual
2	Mantenimiento de computadores	\$100,000	\$400,000
Total			\$400,000

9. FINANZAS

9.1. Tabla de ingresos:

Proyección de ventas

Tabla 11. Ingresos Anuales

Producto	Valor paquete de capacitación	Unidades vendidas	Total ventas
Capacitaciones	\$10,000,000	24	\$240,000,000
Total			\$240,000,000

9.2. Fuentes de financiación:

Multilingual Solutions piensa disponer de ahorros y fondos propios para no acudir a otras fuentes de financiación y no pagar tasa de interés, es decir que para la puesta en marcha de la empresa cada socio deberá contar con un capital inicial de \$5.000.000, para un total de \$10.000.000.

9.3. Tabla de egresos:

Tabla 12. Egresos Anuales

Descripción	Total
Promoción y publicidad	\$740,000
Maquinaria y equipos	\$2,750,000
Papelería	\$305,500
Producción de curso	\$7,681,200
Gastos de personal	\$97,800,000
Administración	\$15,600,000
Mantenimiento de equipos	\$400,000
Gastos de constitución	\$101.000
Total	\$125,377,700

Tabla: Balance al término del primer año de operaciones

BALANCE GENERAL	
Activo Corriente	
Efectivo	26.923.300
Cuentas X Cobrar	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0
Inventarios de Producto en Proceso	0
Inventarios Producto Terminado	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0
Gastos Anticipados	0
Amortización Acumulada	0
Gastos Anticipados Neto	0
Total Activo Corriente:	26.923.300
Terrenos	0
Construcciones y Edificios	0
Depreciación Acumulada Planta	0
Construcciones y Edificios Neto	0
Maquinaria y Equipo de Operación	2.887.500
Depreciación Acumulada	-577.500

Maquinaria y Equipo de Operación Neto	2.310.000
Muebles y Enseres	0
Depreciación Acumulada	0
Muebles y Enseres Neto	0
Equipo de Transporte	0
Depreciación Acumulada	0
Equipo de Transporte Neto	0
Equipo de Oficina	0
Depreciación Acumulada	0
Equipo de Oficina Neto	0
Semovientes pie de cría	0
Agotamiento Acumulada	0
Semovientes pie de cría	0
Cultivos Permanentes	0
Agotamiento Acumulada	0
Cultivos Permanentes	0
Total Activos Fijos:	2.310.000
Total Otros Activos Fijos	0
TOTAL ACTIVO	29.233.300
Pasivo	
Cuentas X Pagar Proveedores	0
Impuestos X Pagar	6.556.655
Acreedores Varios	0
Obligaciones Financieras	0
Otros pasivos a LP	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	0
TOTAL PASIVO	6.556.655
Patrimonio	
Capital Social	10.000.000
Reserva Legal Acumulada	0
Utilidades Retenidas	0
Utilidades del Ejercicio	12.176.645
Revalorización patrimonio	500.000
TOTAL PATRIMONIO	22.676.645
TOTAL PAS + PAT	29.233.300

Fuente los autores

Conclusión: Al finalizar el primer año de operaciones la empresa muestra activos por valor de \$29.233.300 pesos. Los pasivos que provienen de los impuestos por pagar ascienden a \$6.556.655. Dado que cada socio aportará un capital inicial para su creación proveniente de recursos propios, la empresa no tendrá deudas con bancos u otros acreedores. Finalmente, el patrimonio de la empresa es de \$22.676.645.

Tabla: Estado de pérdidas y ganancias al término del primer año de operaciones.

ESTADO DE RESULTADOS	
Ventas	240.000.000
Devoluciones y rebajas en ventas	0
Materia Prima, Mano de Obra	195.600.000
Depreciación	577.500
Agotamiento	0
Otros Costos	0
Utilidad Bruta	43.822.500
Gasto de Ventas	740.000
Gastos de Administración	23.986.700
Provisiones	0
Amortización Gastos	0
Utilidad Operativa	19.095.800
Otros ingresos	
Intereses	0
Otros ingresos y egresos	0
Revalorización de Patrimonio	-500.000
Ajuste Activos no Monetarios	137.500
Ajuste Depreciación Acumulada	0
Ajuste Amortización Acumulada	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0
Total Corrección Monetaria	-362.500
Utilidad antes de impuestos	18.733.300
Impuestos (35%)	6.556.655
Utilidad Neta Final	12.176.645

Fuente los autores

Conclusión: Al finalizar el primer año de operaciones, la empresa muestra una utilidad neta final de \$12.176.645, esta utilidad parte de tener unas ventas de \$240.000.000. Al descontar gastos como mano de obra, costos de producción, y otras obligaciones se genera una utilidad bruta de \$43.822.500. La utilidad operativa es de \$19.095.800, tras descontar \$23.986.700 de gastos de administración y 740.000 de gastos de ventas. La utilidad antes de impuestos es de \$18.733.300 y se pagan impuestos por valor de \$6.556.655.

Tabla: Flujo de caja al término del primer año de operaciones

FLUJO DE CAJA	
Flujo de Caja Operativo	
Utilidad Operacional	19.095.800
Depreciaciones	577.500
Amortización Gastos	0
Agotamiento	0
Provisiones	0
Impuestos	0
Neto Flujo de Caja Operativo	19.673.300
Flujo de Caja Inversión	
Variación Cuentas por Cobrar	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos ³	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0
Variación Inv. Prod. Terminados	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0
Otros Activos	0
Variación Cuentas por Pagar	0
Variación Acreedores Varios	0
Variación Otros Pasivos	0
Variación del Capital de Trabajo	0
Inversión en Terrenos	0
Inversión en Construcciones	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0
Inversión en Muebles	0
Inversión en Equipo de Transporte	0
Inversión en Equipos de Oficina	0
Inversión en Semovientes	0
Inversión Cultivos Permanentes	0
Inversión Otros Activos	0
Inversión Activos Fijos	0
Neto Flujo de Caja Inversión	0
Flujo de Caja Financiamiento	
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0
Intereses Pagados	0
Dividendos Pagados	0
Capital	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0
Neto Periodo	19.673.300
Saldo anterior	7.250.000
Saldo siguiente	26.923.300

Fuente los autores

Conclusión: El flujo de caja es positivo al terminar el primer año de operaciones dado que al finalizar este año. El saldo que pasa al siguiente es de \$26.923.300 pesos.

Tabla: Tasa interna de retorno al término del primer año de operaciones.

TIR (Tasa Interna de Retorno)	184,36%
-------------------------------	---------

Fuente los autores

Tabla: Valor Actual Neto al término del primer año de operaciones.

VAN (Valor actual neto)	27.100.643
-------------------------	------------

Fuente: Los autores

Conclusión: La tasa interna de retorno de la idea de negocio tras una proyección en escenario probable a tres años es de 184,36% y el valor actual neto es de \$27.100.643.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se logra cuando Multilingual Solutions venda 24 asesorías al año en las diferentes seis empresas que se plantearon como objetivo inicial.

10. IMPACTO

10.1 Impacto Social:

Multilingual Solutions entraría a participar de manera indirecta en un aporte social ya que el plan de gobierno “Colombia Bilingüe” desarrollado y liderado por el Ministerio de Educación, busca mejorar el nivel de Inglés en Colombia y dentro de este programa también formula el programa nacional de bilingüismo 2004-2019, que incluye los nuevos estándares de competencia comunicativa en lengua extranjera: inglés. Esto significa que el proyecto ha desarrollado su fase inicial desde el 2004, trabajando en una reforma a los estándares de educación de inglés en el país, comprometiendo no solo la educación sino también diversos sectores, entre los cuales se ubican la parte de comercio, cultura y comunicaciones.

Dentro de la página del Ministerio de Educación encontramos diversas publicaciones que apoyan la necesidad de las empresas en optimizar el manejo del inglés llevándolo a estándares de profesionalismo que es lo que busca Multilingual Solutions. Una de las razones con las que el ministerio justifica esta hipótesis, es que tanto las empresas colombianas como las empresas internacionales que se ubiquen en el país, aumentarán la demanda por profesionales bilingües en la medida en que su interacción con proveedores y clientes internacionales así lo pida. Claramente, los profesionales que logren demostrar habilidad en el manejo de los idiomas tienen una ventaja en comparación con aquellos que no puedan atender estas necesidades. Quienes cuenten con esas habilidades, también observarán que el mercado los reconocerá económicamente. Los empresarios también deben invertir en mejorar su habilidad de comunicarse en más de una lengua. Además, se tienen ventajas para negociar con proveedores y clientes, y para quienes tienen la meta de conquistar mercados en el exterior siempre tendrán el reto de enfrentarse a una nueva cultura de los nichos de mercado a los cuales se pretende llegar. Para lograrlo es ideal el manejo de una segunda o tercera lengua.

Responsabilidad social

Responsabilidad social se conoce como el compromiso que adquieren los miembros de una sociedad frente a otra sociedad. Multilingual Solutions se baso en el artículo 38 del decreto No. 2888 de 2007, que habla de la Educación Informal: *“La oferta de educación informal tiene como objetivo brindar oportunidades para adquirir, perfeccionar, renovar o profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas. Hacen parte de esta oferta educativa aquellos cursos que tengan una duración inferior a ciento sesenta (160) horas. Su organización, oferta y desarrollo no requieren de registro por parte de la secretaría de educación de la entidad territorial certificada y solo darán lugar a la expedición de una constancia de asistencia. Toda promoción que se realice, respecto de esta modalidad deberá indicar claramente que se trata de educación informal y que no conduce a título alguno o certificado de aptitud ocupacional.”*²⁶

Teniendo en cuenta lo anterior, Multilingual Solutions, quiere adquirir un compromiso con el mercado de los call y contact centers, en orden de contribuir con el proyecto de la Alcaldía de Bogotá, llamado Bogotá Bilingüe, contribuyendo con educación informal al mejoramiento del dominio de una segunda lengua.

Además de contribuir con este proyecto, Multilingual Solutions donara el 5% de sus ganancias a los colegios de Bogotá, para el desarrollo de centros y laboratorios bilingües.

10.2 Impacto Económico:

Multilingual Solutions tendrá un gran impacto económico en el país ya que uno de sus objetivos principales es lograr que por su profesionalismo, preparación, y principalmente por su personal bilingüe altamente calificado, las empresas internacionales vean a Colombia como sede principal de instalación de sus centros de llamadas en un segundo idioma, es decir lograr apertura y crecimiento comercial para el país y de esta forma posicionarlo como el primer destino de instalación de call y contact center en Latinoamérica.

²⁶ Ministerio de Educación, Julio 31 de 2007, decreto 2888, artículo 38.
http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-130244_archivo_pdf.pdf

10.3 Impacto Ambiental

Multilingual Solutions tiene como objetivo contribuir con el medio ambiente de la mejor manera, por eso su idea es evitar manejar lo menos posible papel. Nuestra idea como empresa es manejar audios y explicar todo en tableros acrílicos, también por medios electrónicos, serán repartidos diferentes trabajos y actividades para el manejo de las personas a capacitar, de esta forma el uso de papel será casi nulo y contribuiremos a disminuir la tala de árboles.

11. EQUIPO DE TRABAJO

11.1. Perfil 1: Carlos Andrés Yopasá Florián

Candidato al título de Profesional en Lenguas Modernas de la Universidad EAN, cuenta con formación académica multilingüe orientada a la creación de empresas. Dominio de inglés, francés, italiano y español. Amplia trayectoria laboral como asesor bilingüe en el área de back office, asistente de traducción y en el sector bancario cuenta con experiencia en el área comercial y en caja. Excelentes relaciones interpersonales, responsabilidad y dedicación.

11.2. Perfil 2: Lina Paola Rodríguez Rodríguez

Candidata al título de Profesional en Lenguas Modernas de la Universidad EAN, tiene un excelente manejo oral y escrito en inglés, portugués y alemán, permitiéndole poder efectuar adaptaciones de planes de negocios, contribuir al mejoramiento de la comunicación tanto escrito como oral y desarrollar comunicaciones estratégicas multilingües empresariales. Por su experiencia de trabajo y profundización en traducción, puede redactar y corregir el estilo de documentos multilingües. Tiene gran habilidad para trabajar en equipo y toma de decisiones. Excelentes relaciones interpersonales, adaptabilidad al cambio y al aprendizaje continuo orientado a resultados.

12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Teniendo en cuenta los datos financieros, se puede constatar que la empresa es una idea de negocio viable y rentable en términos económicos.
- Luego de realizar el estudio de mercado se obtuvo que existe demanda hacia el servicio ofrecido por parte de Multilingual Solutions lo que evidencia el éxito que tendría la puesta en marcha de la idea de negocio.
- La empresa tendrá una Tasa Interna de Retorno del 184,36%; factor que indica que el negocio será rentable, ya que supera el 18% de rentabilidad esperado por el emprendedor.
- El valor neto actual (VAN), el cual muestra la ganancia total que obtendrá Multilingual Solutions en un periodo de 3 años, según nuestros estudios este valor es de \$27.100.640 pesos.
- El perfil profesional y la experiencia laboral del equipo de trabajo se adapta perfectamente al perfil del capacitador de Multilingual Solutions.
- En el mercado no existe una empresa que preste servicios de capacitación dirigido a call y contact centers que usen una segunda lengua haciendo así de Multilingual Solutions una empresa innovadora de servicios
- Ninguna de las empresas de la competencia presenta mayor amenaza para el servicio ofrecido por parte de Multilingual Solutions ya que ninguna el mismo enfoque ni maneja personal con dominio de una segunda idioma.

13. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- [http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/contenido.aspx?pro_id=556&IdConse
c=3002&clase=8&Id=68&Tipo=2](http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/contenido.aspx?pro_id=556&IdConse
c=3002&clase=8&Id=68&Tipo=2)
- http://www.andi.com.co/pages/noticias/noticia_detalle.aspx?IdNews=154
- http://www.andi.com.co/pages/prensa/comunicados_prensa_detalle.aspx?Id=251
- <http://www.acdecc.org/asociados.html>
- <http://www.teleaccion.com/>
- <http://www.cctraining.com/CCT/contactos.asp>
- <http://www.beyondenglishes.com/modulosdeingles.html>
- <http://www.dyalogo.com/>
- <http://www.pwc.com/co/es/outsourcing>
- [http://actualicese.com/actualidad/2008/12/17/sociedades-por-acciones-simplificadas-el-
modelo-societario-que-se-impondra-en-los-siguientes-anos/](http://actualicese.com/actualidad/2008/12/17/sociedades-por-acciones-simplificadas-el-
modelo-societario-que-se-impondra-en-los-siguientes-anos/)
- <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-4904319>
- <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/3351/44/>
- <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/3385/59/>
- <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- Fuente de creación del Logo-símbolo: Se utilizó la fuente “SwatchIt” sin serifas para la rápida lectura del nombre y que se adecua al diseño del logo-símbolo. (Swatchit Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890)