



PLAN DE EMPRESA

FORMACIÓN EN IDIOMAS

*PROGRAMA DE FOMENTO DE LOS
ACUERDOS TERRITORIALES EN
MATERIA DE EMPLEO Y DESARROLLO
LOCAL DE LA COMUNITAT
VALENCIANA 2017*



**ACUERDO TERRITORIAL PARA EL EMPLEO
LITORAL SUR ALICANTE**



AJUNTAMENT DE
GUARDAMAR
DEL SEGURA



EXCMO. AYUNTAMIENTO
PILAR DE LA HORADADA



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE TORREVIEJA



Unión General de Trabajadores



confederación sindical
de comisiones obreras



GENERALITAT
VALENCIANA



MINISTERIO
DE EMPLEO
Y SEGURIDAD SOCIAL



GOBIERNO
DE ESPAÑA

FORMACIÓN EN IDIOMAS

ÍNDICE

1. ¿En qué consiste esta idea empresarial?	3
2. La formación en idiomas: a quién vas a dirigir tu actividad	3
3. Características generales del sector de la formación	4
4. Ventajas y dificultades que presenta tu empresa de formación en idiomas.....	8
4. 1. <i>Estructura de la empresa de Formación en Idiomas</i>	8
4. 1. 1. ¿Resulta atractivo este mercado para crear un nuevo negocio?	8
4. 1. 2. ¿Cómo puedes conocer el tamaño del mercado?	8
4. 1. 3. ¿Qué previsiones puedes realizar sobre el futuro de tu negocio?.....	9
4. 2. <i>Cómo analizar y conocer a tu competencia</i>	10
4. 2. 1. ¿Qué características debe presentar tu negocio en el mercado?	10
4. 2. 2. ¿Qué problemas puedo encontrar para comenzar o terminar la actividad de la empresa?	13
4. 2. 3. ¿Quién es y qué características tiene tu competencia?	14
4. 2. 4. ¿Cómo debes proveer tu empresa?	15
4. 2. 5. ¿Cómo son tus potenciales clientes?	15
4. 3. <i>Cómo debes promocionar tu empresa</i>	16
4. 3. 1. ¿Cómo vas a diseñar tus servicios?.....	16
4. 3. 2. ¿Cuánto vas a cobrar por tus productos?	17
4. 3. 3. ¿Cómo vas a vender tus servicios?	19
4. 3. 4. ¿Cómo darás a conocer tu negocio?	20
4. 4. <i>Resultados económicos de tu empresa</i>	21
4. 4. 1. ¿Cuánto debo invertir para iniciar mi empresa?	21
4. 4. 2. ¿Cuáles son los gastos fijos de la actividad?	23
4. 4. 3. ¿Cuál es la previsión de las ventas que debes alcanzar?	23
4. 4. 4. ¿Cuál es la cuenta de resultados de tu empresa?	28
4. 4. 5. ¿Cómo puedes financiar tu negocio?	29
4. 5. <i>¿Cuántos trabajadores debe tener tu negocio?</i>	29
4. 5. 1. ¿Qué perfil debes tener como promotor del negocio?	29
4. 5. 2. ¿Qué estructura debe tener tu empresa?	30
4. 5. 3. ¿Qué servicios puedes externalizar?	30
4. 5. 4. ¿Qué convenio colectivo debes aplicar?	30

El sector de la formación en idiomas es complejo, con mucha competencia, donde también abundan las acciones gratuitas o semi-gratuitas, como las que ofertan las Cámaras de Comercio, las escuelas de negocio, etc. El aspecto innovador de nuestro negocio estriba en la especialización, es decir, en cursos intensivos tanto de inglés para profesionales como de español para extranjeros, que garanticen el aprendizaje, o al menos unas nociones básicas, en un corto espacio de tiempo.



La especialización nos permitirá conocer de cerca las necesidades de las empresas, ajustar nuestra oferta formativa a esta demanda y fidelizar clientes por medio de cursos de reciclaje o de actualización. Como complemento a lo descrito, se impartirán clases al colectivo de estudiantes con el fin de conseguir ingresos adicionales, si fuera necesario.

3. Características generales del sector de la formación

Hoy en día, el dominio de un segundo idioma se considera una de las mayores ventajas competitivas para acceder a un nuevo empleo. Según los estudios sociológicos, en tiempos de crisis económica se incrementa el gasto en formación, especialmente en idiomas, dado que el mercado de trabajo está obligando a que muchos jóvenes españoles tengan que emigrar; la mayor parte de ellos deben mejorar previamente su nivel de inglés.

En líneas generales, el sector de la enseñanza de idiomas es un sector que evoluciona de manera creciente. Todo ello, ha motivado que en los últimos años, haya aumentado el número de empresas dedicadas a la formación en idiomas, aunque este desarrollo quedó mitigado por el cierre de varias franquicias, que impartían esta formación a través de fórmulas basadas fundamentalmente en el aprendizaje mediante una metodología multimedia.

De este modo, la modalidad de enseñanza presencial aún sigue siendo la predilecta entre los alumnos y predomina claramente frente a otros tipos de formación como son la formación a distancia o *e-learning*.

También se ha detectado que el español para extranjeros es, dentro de los servicios que ofertaremos, uno de los que se prevé que adquieran un mayor volumen de negocio, ya que la estimación de la demanda seguirá creciendo en los próximos años.

Para aproximarnos e introducirnos en el sector de las academias de idiomas es necesario conocer previamente el significado de la actividad principal que desarrollan todos y cada uno de los centros docentes al llevar a cabo su labor educativa: la enseñanza.

En España, la enseñanza se encuentra dividida en dos grandes grupos, la reglada y la no reglada. La principal característica que los diferencia se encuentra en la validez académica de los títulos obtenidos al finalizar cada estudio cursado.



A continuación, analizaremos la enseñanza reglada, los regímenes en los que está desglosada y qué tipo de instituciones son las que imparten cada uno. Posteriormente, conoceremos que se entiende por la formación no reglada y las razones por las que las academias de idiomas se incluyen en este grupo concreto.

La enseñanza reglada, también conocida como enseñanza formal, es toda aquella englobada dentro sistema educativo español oficial, que se encuentra organizado y gestionado por la administración educativa competente. En el caso de nuestro país, dependiendo del territorio donde se ubique el centro de enseñanza, puede ser la consejería competente de una Comunidad Autónoma o el Ministerio de Educación. Estos organismos públicos son los encargados de su organización y de establecer las competencias y contenidos específicos de cada uno de los diferentes niveles formativos. El principal rasgo que caracteriza este tipo de

formación es la validez académica de los títulos que se obtienen al finalizar los estudios requeridos. Dichos títulos son de carácter oficial.

A continuación, con referencia a los niveles anteriormente citados, procederemos a desglosarlos y diferenciarlos en dos grandes bloques, los pertenecientes al régimen general y los que forman parte del régimen especial.

Sistema español de enseñanza reglada	
Régimen General	Régimen Especial
Educación Infantil	Formación artística
Educación Primaria	Formación en idiomas
Educación Secundaria Obligatoria	
Bachillerato	
Ciclos Formativos de Grado Medio y Superior	
Grados y posgrados universitarios	

Dentro del régimen especial, encontraríamos las Escuelas Oficiales de Idiomas. Es importante mencionarlas debido a su relación con nuestro proyecto de academia de idiomas. A pesar de que el tipo de enseñanza que se imparte en ambas tiene el mismo fin, es decir, el aprendizaje de un determinado idioma por parte de los alumnos, la regulación, estructura, gestión y funcionamiento de cada una de ellas, es distinta.

Las Escuelas Oficiales de Idiomas son centros oficiales dependientes de las Conserjerías de Educación de cada Comunidad Autónoma o del Ministerio en su caso, cuya función es impartir enseñanza de idiomas modernos, para la consecución, por parte de los alumnos, de un título oficial que acredite el conocimiento de la lengua cursada.



Como se puede apreciar, poco tienen que ver este tipo de organismos con las academias privadas, más allá de la propia enseñanza de lenguas extranjeras, pero no se podría realizar un correcto análisis del sector de la enseñanza sin tener presente este tipo de instituciones.

La masificación y creciente demanda que registran las Escuelas Oficiales, debido a la variedad de cursos que ofertan y a sus bajos precios, hacen imposible la matriculación de todas las personas interesadas y muchas de ellas no tienen otra posibilidad que utilizar otros medios para el aprendizaje de idiomas, como las academias privadas.

El sector de las academias de idiomas en España se sustenta principalmente en dos organizaciones empresariales: la Federación Española de Centros de Enseñanza de Idiomas (FECEI) y la Asociación de Centros Autónomos de Enseñanza Privada (ACADE). Ambas velan por los intereses de sus asociados, negocian los convenios colectivos y las tablas salariales, y responden ante la Administración por las empresas del sector.

En la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009) deberás darte de alta en el grupo de educación.(ver la clasificación nacional de actividades económicas [aquí](#)).

CNAE	85. Educación
	855. Otra educación
	8559. Otra educación n.c.o.p.
Condición jurídica	Empresario individual (Autónomo)

4. Ventajas y dificultades que presenta tu empresa de formación en idiomas.

4. 1. Estructura de la empresa de formación en idiomas

4. 1. 1. ¿Resulta atractivo este mercado para crear un nuevo negocio?

La tendencia del mercado está variando y se ha detectado un incremento en la demanda de cursos de menor duración a lo habitual, aunque con la misma carga lectiva. Como hemos comentado, debemos considerar la mayor necesidad de conocimiento de un segundo idioma para el acceso al mercado de trabajo. Por otro lado, también se ha detectado que el español para extranjeros sería uno de los productos con más potencial de crecimiento dentro de nuestra oferta, teniendo en cuenta la demanda de residentes de la zona.

4. 1. 2. ¿Cómo puedes conocer el tamaño del mercado?

En líneas generales, la enseñanza de idiomas constituye un sector que mantiene una evolución creciente. La fuerte competitividad existente en el mercado laboral, obliga a que la formación complementaria sea cada vez más importante para encontrar trabajo o para permanecer en él. Está demostrado que los trabajadores que aumentan sus conocimientos en informática e idiomas tienen mayor acceso a un empleo, pueden mantener el que tengan, e incluso algunos profesionales pueden ampliar su nivel retributivo. Todo ello, ha motivado que en los últimos años haya crecido el número de aulas dedicadas a la formación en idiomas.

En cuanto al análisis del entorno dónde desarrollará su actividad nuestra futura empresa (Guardamar del Segura, Torrevieja y Pilar de la Horadada), se considera conveniente efectuar una segmentación del mercado con el objetivo de determinar cuál será el público objetivo de la academia. No obstante, los distintos segmentos determinados de la población hacia los que enfocaríamos nuestros servicios resultarían básicamente los siguientes:

- Alumnado de colegios e institutos.
- Adultos (profesionales, universitarios, desempleados, etc.)
- Extranjeros.

Finalmente, debemos tener en cuenta las acciones comerciales que se lleven a cabo deben ser diferentes para cada colectivo, pues la reacción de uno u otro ante dichas acciones puede fluctuar de forma considerable.

4. 1. 3. ¿Qué previsiones puedes realizar sobre el futuro de tu negocio?

El siguiente análisis DAFO te permitirá conocer los puntos positivos y negativos de tu empresa:

		FACTORES NEGATIVOS	
		DEBILIDADES	AMENAZAS
FACTORES INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Empresa de nueva creación, sin años de experiencia que avalen su calidad. ⇒ Costes iniciales asociados, como el alquiler del local, el acondicionamiento, etc. ⇒ Falta de confianza de los clientes debido a la juventud de la empresa. ⇒ Solamente tendremos un centro abierto, lo que limita el acceso a las personas más próximas geográficamente. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ La situación de las familias debido a la crisis económica y la consecuente merma de poder adquisitivo. ⇒ Competencia de empresas dedicadas a la enseñanza de idiomas ya instaladas en el mercado ⇒ Pocas barreras de entrada que permiten la entrada de nuevas academias ⇒ Intrusismo de particulares que imparten formación de apoyo. 	FACTORES EXTERNOS
	FACTORES POSITIVOS		
		FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Profesorado experimentado y cualificado. ⇒ Especialización en cursos intensivos en dos idiomas dirigidos a distintos segmentos de población. ⇒ Adaptación de la formación a las necesidades del cliente con grupos reducidos ⇒ Uso de nuevas tecnologías ⇒ Cursos destinados específicamente a colectivos profesionales. ⇒ Precios competitivos. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Necesidad de conocer idiomas, especialmente inglés para la entrada y la mejora dentro del mercado laboral ⇒ Saturación de las Escuelas Oficiales de Idiomas por el aumento de la demanda ⇒ Creciente población extranjera residente en nuestra zona. ⇒ Demanda de formación de inglés para profesionales de hostelería, atención al cliente, servicios sanitarios, etc. 	

4. 2. Cómo analizar y conocer a tu competencia

La lectura de este apartado nos permitirá conocer las siguientes consideraciones fundamentales:

FUERZAS COMPETITIVAS	INTENSIDAD
PRESIÓN DE NUEVOS COMPETIDORES	Barreras a la entrada: medio <ul style="list-style-type: none"> - Moderado volumen de inversión. - Trámites de constitución. Barreras a la salida: medio <ul style="list-style-type: none"> - Dependiendo de la inversión inicial realizada.
INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA	Alta: <ul style="list-style-type: none"> - Existe una oferta amplia en la actualidad en el sector de la enseñanza de idiomas.
INFLUENCIA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	Alternativas a la formación privada en academias: alta <ul style="list-style-type: none"> - Intrusismo de particulares. - Autoformación por internet. - Formación online.
POSIBILIDAD DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES	Alta: <ul style="list-style-type: none"> - Contacto directo con los alumnos.
POSIBILIDAD DE NEGOCIACIÓN DE PROVEEDORES	Alta: <ul style="list-style-type: none"> - Este negocio no es muy dependiente de proveedores ya que el producto comercializado es un servicio que normalmente no depende de ellos.

4. 2. 1. ¿Qué características debe presentar tu negocio en el mercado?

¿Cuántas empresas hay en el sector y dónde se encuentran?

No contamos con un registro de empresas que ofrezcan enseñanza de idiomas en nuestro ámbito. No obstante, hemos realizado un rastreo vía internet, buscando aquellas academias privadas que ofrezcan servicios similares obteniendo como resultado que en Guardamar del Segura hay tres academias, en Torrevieja, dieciocho y en Pilar de la Horadada, doce.

Por tanto, los tres municipios cuentan con diversos centros que en principio ofrecerían productos similares a los nuestros. También cabe mencionar que hay otras academias que no

están oficialmente reconocidas, pero que son conocidas en las poblaciones y llevan bastante tiempo en funcionamiento con clientes fijos.

Es decir, la competencia la formarían los siguientes grupos:

- Las academias privadas serían competencia directa, contando con sus clientes fijos y su reputación.

- Las academias públicas, en este caso la EOI (Escuela Oficial de Idiomas) de Torreveja, más económica y con profesores cualificados, pero con plazas muy limitadas con respecto al total de la población.

- Los cursos ofertados por la Cámara de Comercio, Servef o CDT (Centros de Turismo), también representarían una competencia para nosotros.

- Las empresas que ofrecen cursos on-line, que sin localizarse físicamente en nuestro ámbito, cumplen con las expectativas y necesidades de una parte del público objetivo.

- Los profesores particulares, que aún no siendo profesores altamente cualificados, sí suelen ofrecer clases de repaso de idiomas que se cursan en los colegios e institutos.

¿Qué personalidad jurídica debe tener tu academia?

En principio, dado el pequeño tamaño de nuestra empresa y para evitar gastos, nos constituiríamos como empresario individual (autónomo), aunque debemos tener en cuenta el riesgo que supone que respondamos con



nuestro patrimonio personal. No obstante, también se puede optar por otras formas jurídicas de empresa para prestar y comercializar estos servicios, como cooperativas o sociedades limitada unipersonal para evitar estos riesgos, e incluso, si el volumen de nuestro negocio crece, optar por algunas de las formas jurídicas de trabajo asociado (en la Comunitat

Valenciana se necesitan un mínimo de dos socios), con las que podemos obtener mayores beneficios fiscales (puedes consultarlo [aquí](#).)

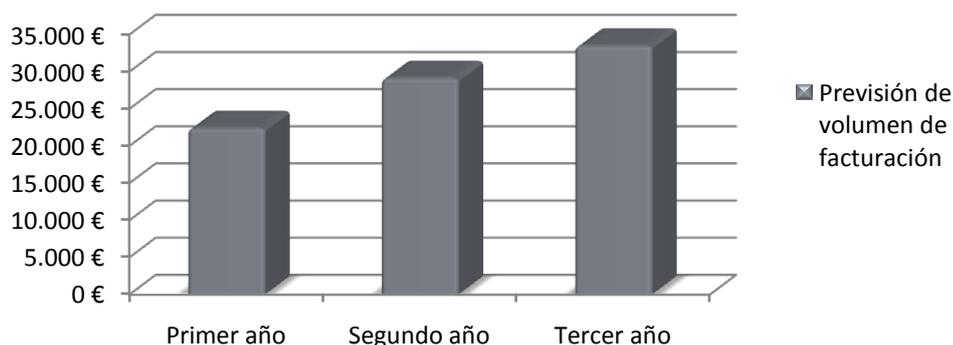
Un empresario individual, antes de iniciar la actividad, debe realizar los siguientes trámites: declaración censal, alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE), inscripción de la empresa, libro de visitas, comunicación de apertura, calendario laboral y licencia de apertura.

Los trámites a realizar en Hacienda son la declaración censal y el alta de IAE. La primera consiste en la solicitud del Código de Identificación Fiscal (CIF) con el modelo 036. Este modelo se cumplimenta a través de la página web de la Agencia Española de Administración Tributaria (AEAT) y puede enviarse directamente desde ahí. En cuanto a los trámites con la Tesorería General de la Seguridad Social, la empresa debe realizar la Inscripción de la empresa.

Por otra parte, tendríamos que realizar la comunicación de apertura de un centro de trabajo y presentarla ante la Consellería de Economía, Hacienda y Empleo. Para realizar esta comunicación, tenemos un plazo de treinta días desde la apertura del centro. Por último, tramitaríamos la Licencia de apertura de establecimientos ante el ayuntamiento del municipio donde radique la actividad.

¿Qué volumen de facturación debes alcanzar?

El volumen de facturación dependerá del número de alumnos que acudan a nuestra academia. Según nuestras previsiones, la facturación del primer año sería de 22.396 euros, una cifra que se incrementa a 29.115 euros el segundo año y a 33.482 euros, el tercero. Sin embargo, debemos tener en cuenta que es probable que la distribución mensual de los ingresos no sea uniforme



¿Cuántas personas deben trabajar en tu empresa?

En principio, la empresa estaría integrada únicamente por el **promotor-profesor**, aunque dependiendo del volumen de facturación de la academia y su evolución, se contemplaría contratar según las necesidades, a un profesor adicional o a un administrativo a tiempo parcial.

¿Con qué instalaciones debes contar?

Para desarrollar nuestro centro de formación no requerimos de grandes instalaciones, aunque sí es necesario un local comercial que cuente con una superficie mínima de 60 m², que acoja las dependencias básicas para la actividad docente, es decir, un



aula con capacidad para 10 alumnos, un despacho y servicios. Su ubicación será un factor importante a tener en cuenta, pues trataremos de ubicar nuestra academia preferentemente en una zona céntrica y próxima a centros de enseñanza (colegios o institutos) u oficinas.

4. 2. 2. ¿Qué problemas puedo encontrar para comenzar o terminar la actividad de mi empresa?

Las barreras de entrada son los principales inconvenientes a los que se tiene que hacer frente para introducir un nuevo negocio en el mercado, pero también es cierto que, en función del tipo de mercado, dichas barreras cambian. Para ello, vamos a analizar cuáles son los principales obstáculos que nos podríamos encontrar y el grado de complicación que supondría cada una de ellos.



En nuestro caso, como se trata de un servicio de enseñanza y no de un producto concreto, encontramos pocas trabas. Un aspecto negativo es la experiencia de las academias ya instaladas en el sector, puesto que se han creado un prestigio y ya gozan de un cierto posicionamiento entre los clientes. Otra

de las dificultades es el conjunto de normativas exigidas en cuanto a accesibilidad y dimensiones mínimas que debe tener nuestro local.

En conclusión, consideraremos que las barreras para la entrada y la salida de un nuevo negocio en el ámbito de la formación de idiomas son de nivel medio, dado que el producto ofrecido es un servicio de enseñanza, cuyo establecimiento requiere un gasto inicial moderado para incorporarse al mercado. En cuanto a las barreras para la salida del negocio están supeditadas a la inversión inicial realizada.

4. 2. 3. ¿Quién es y qué características tiene tu competencia?

Consideramos que nuestra competencia está compuesta por:

- Las academias privadas.
- Las Escuelas Oficiales de Idiomas
- Los cursos ofertados por otros organismos: Cámara de Comercio, Servef o Centros de Turismo
- Las empresas que ofrecen cursos on-line.
- Los profesores particulares.

De todos ellos, las academias privadas de idiomas son nuestra principal competencia, debido a ofrecen servicios similares al que ofertaremos nosotros. Lo más común es que se trate de centros próximos geográficamente y que además, ya estén en funcionamiento, lo que

supone que ya son conocidas por nuestros clientes potenciales, a diferencia de nuestra academia. Para superar este obstáculo, llevaremos a cabo diversas estrategias:

Estrategia Comercial	
Diferenciación del producto	Con respecto a la competencia: cursos intensivos específicos, grupos reducidos, etc.
Precios Competitivos	Éstos serán un factor importante a la hora de la elección por parte de los clientes, y más ahora cuando la situación económica de las familias no está pasando por los mejores momentos.
Garantía de aprendizaje	Será la consecución de los buenos resultados obtenidos entre nuestros alumnos el principal factor que aporte valor añadido a nuestro centro.

4. 2. 4. ¿Cómo debes proveer tu empresa?

Una academia de idiomas no precisa de un continuo abastecimiento de material por parte de los proveedores. Esto se traduce en que no existe una fuerte dependencia con respecto a los proveedores, de manera que la influencia que ejercerán sobre nuestro negocio será baja.

Con ello, consideramos que las academias de idiomas no son empresas que estén fuertemente ligadas con sus proveedores, ya que los pedidos que vaya a realizar serán, sobre todo, de materiales para impartir las clases. Estos productos no son específicos por lo que puede suministrarlos un proveedor u otro.

4. 2. 5. ¿Cómo son tus clientes?

Como comentábamos, pretendemos crear la empresa para satisfacer las necesidades de un mercado actualmente en crecimiento. Para llevar a cabo este proyecto, la enseñanza se basará fundamentalmente en los modelos educativos tradicionales, como son las clases presenciales. Sin embargo, no se descarta en un futuro la combinación de estas clases con la formación online. El público objetivo al cual nos dirigiremos será:

- Niños y adolescentes: estos clientes requieren varios tipos de enseñanza para cubrir sus necesidades, como el refuerzo del inglés de la escuela o el instituto o la ampliación de conocimientos.

- Adultos: normalmente necesitan mejorar su nivel de inglés con el fin de superar alguna prueba de nivel o bien conseguir una certificación.
- Extranjeros: demandan el aprendizaje del español, ya sea por motivos laborales o por interés particular.

4. 3. *Cómo debes promocionar tu empresa*

4. 3. 1. **¿Cómo vas a diseñar tus servicios?**

La academia de idiomas ofrecerá servicios de **enseñanza de inglés y español**. Sus cursos serán presenciales y estarán enfocados hacia una amplia variedad de público, desde niños -a partir de los 6 años- hasta personas mayores. El objetivo es conseguir que los alumnos aprendan y que no les suponga una obligación el acudir a las clases.

Nuestro servicio se diferenciará por tener un **precio competitivo** y una **calidad contrastada** sustentada en grupos reducidos de alumnos por clase. La base del servicio seguirá diferentes objetivos en función del motivo por el que se quiera aprender el idioma:



La duración del curso lectivo para el caso de niños y estudiantes será de 10 meses, es decir, dará comienzo a principios del mes de septiembre y finalizará en el mes de junio. Posteriormente, durante el mes de julio, la academia permanecerá abierta: la actividad estará enfocada como escuela de verano para los niños y, en el caso de los alumnos adultos, se impartirá clases de preparación para exámenes oficiales, o bien cursos intensivos que refuercen todos los conceptos vistos en el año académico.



En cuanto a los cursos intensivos tanto de inglés como español, se impartirán con normalidad. La academia únicamente cerrará dos semanas a mediados de agosto. Por tanto, ofrecerá un servicio ininterrumpido durante prácticamente todo el año.

4. 3. 2. ¿Cuánto vas a cobrar por tus productos?

Los clientes van a adquirir nuestros servicios siempre que éstos les proporcionen valor, es decir, en ocasiones van a estar dispuestos a pagar precios más elevados por la calidad del producto. Pero también habrá veces en las que nos encontremos con personas que no quieran pagar una gran cantidad por un servicio que pueda conseguir a precios inferiores en la competencia, que quizá se pueda permitir fijar unos precios más bajos que los nuestros.

Así pues, existe una gran variedad de clientes y no todos siguen una misma tendencia. Por tanto, para establecer los precios, no hay que temer el que establezcamos precios un poco más elevados, ya que en ocasiones el cliente entiende que se ofrece una mayor calidad a mayor precio. Obviamente, siempre hay que ser cauteloso y establecer unos precios razonables para el servicio que se presta. En el caso de nuestra academia no sería lógico comenzar con unos precios desorbitados porque la competencia es amplia y los clientes podrían huir hacia ella pero tampoco es necesario fijar tarifas demasiado bajas que no permitan a la empresa ser viable económicamente.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, los precios no serán tan asequibles como lo son en aquellos centros que sean de carácter público o que disfruten de ayudas gubernamentales. Por este motivo, la estrategia que seguiremos para la fijación de precios estará basada en los precios de la competencia privada.

Tomaremos como referencia el precio fijado por las demás empresas del mercado. En el caso de las academias privadas de idiomas, los precios entre unas y otras no presentan grandes diferencias, lo que nos conduce a pensar que, al ser un mercado donde la competencia es tan fuerte, no se pueden permitir el lujo de establecer precios muy elevados pensando en obtener grandes ingresos inmediatos, ya que lo más probable es que los clientes decidan contratar el servicio a otras empresas que le ofrezcan un servicio similar a menor precio.

Tras indagar en la competencia para conocer realmente cuales son los precios con los que trabajan, hemos podido comprobar que no hay unos precios máximos ni mínimos estipulados, pero que más o menos todos rondan unas cifras semejantes.

La relación de tarifas para nuestra oferta de formación quedará tal y como muestran las tablas que exponemos a continuación:

Tabla 1. Estimación de precios clase/hora

CONCEPTO	CURSOS INTENSIVOS	CURSOS ESTANDAR	CLASES INVIDUALES	TOTAL
COSTES VARIABLES	780€	780€	780€	2.340€
COSTES FIJOS	11.370€	8.157€	919€	20.446€
COSTES TOTALES	12.150€	8.937€	1.699€	22.786€
Nº de horas	1.680	1.376	120	3.176
COSTE UNITARIO	7€	6€	14€	7,17€
MARGEN DE BENEFICIO (10%)	0,7€	0,6€	1,4€	0.7€
TOTAL	7,7€	6,6€	15,4€	7,87€
PRECIO MEDIO HORA	8€	7€	15€	8€

Elaboración propia.

Los gastos variables se cifran en 2.340 euros, que se corresponden con la publicidad a realizar a lo largo del año, la cual se calcula a partir de un porcentaje sobre los ingresos (5%).

Por otra parte, los costes fijos que conllevará tu academia para ponerse en marcha se han distribuido de forma proporcional al importe de las distintas clases y cursos. La suma de los costes variables y los costes fijos, divididos a su vez por el número de horas totales estimadas, te proporcionará el coste unitario de la hora de clase. Finalmente, para calcular el margen de beneficio, se aplicará un 10% sobre el coste unitario. La suma total nos indica el precio por hora de enseñanza de cada uno de los grupos de servicios. En este caso, no corresponde aplicar el IVA, al tratarse de una actividad exenta de dicho impuesto. Los resultados son los precios de tus servicios:

Carta de servicios de la academia

Servicios	Horas	Precio	Alumnos
Curso intensivo de español para extranjeros 1	40	250 €	2-4
Curso intensivo de español para extranjeros 2	24	180 €	2-4
Curso intensivo de español para extranjeros 3	40	380 €	1
Curso intensivo de español para extranjeros 4	24	240 €	1
Curso intensivo de inglés para profesionales y desempleados 1	40	250 €	2-4
Curso intensivo de inglés para profesionales y desempleados 2	24	180 €	2-4
Curso intensivo de inglés para profesionales y desempleados 3	40	380 €	1
Curso intensivo de inglés para profesionales y desempleados 4	24	240	1
Cursos estándar para niños o adultos	8	50	8-10
Clases privadas individuales para niños	1	12	1
Clases privadas individuales para adultos	1	15	1

Fuente: precios de mercado. Elaboración propia

4. 3.3. ¿Cómo vas a vender tus servicios?

Como promotor de la empresa la comercialización será una de las tareas que debes asumir desde la puesta en marcha de la actividad. Ésta la podrás realizar por medio de una página web y mediante otros formatos tradicionales como folletos y anuncios en prensa local.

El tiempo dedicado a esta actividad será mucho mayor en los primeros meses, la preparación de las ofertas, el diseño del contenido de la web, el mailing, etc...

Cuando la academia se consolide en el mercado, disminuirá el tiempo de dedicación a las tareas de comercialización aunque sin descuidar las actualizaciones de los servicios u ofertas de los soportes publicitarios.

4. 3. 4. ¿Cómo darás a conocer tu negocio?

La estrategia de comunicación está orientada hacia la captación de nuestros clientes potenciales, por lo que se dirigirán acciones concretas de contacto hacia los diversos colectivos:

- Desempleados: centrada en las oficinas de empleo y centros de formación (institutos, centros de formación profesional, universidades, etc.).
- Extranjeros: asociaciones, zonas residenciales próximas a nuestro centro, etc.
- Estudiantes: publicidad en las escuelas e institutos. En este sector, lo fundamental consiste en lograr una elevada tasa de aprobado entre los alumnos para que funcione el boca a boca.
- Responsables de recursos humanos y formación: formación dirigida a los trabajadores de empresas, que pueden adaptarse a sus necesidades concretas.

De forma paralela realizaremos comunicaciones a través de los siguientes soportes:

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	
PÁGINA WEB	Constituiría un mecanismo fundamental para dar a conocer nuestra academia a todos. Sería un sistema ideal para publicar las acciones formativas. Por tanto, en este soporte tendríamos una doble vertiente, por un lado promocionar el centro de formación y por otro proporcionar información actualizada.
REDES SOCIALES	La academia también debería que estar presente en redes sociales tales como facebook o twitter.
DÍPTICOS	La misión de éstos será la de dar a conocer los servicios de la empresa, filosofía y su página web.
BUZONEO	Sería conveniente dar una primera ronda a las zonas más próximas a nuestro negocio.
CARTELERÍA	Se podrían poner carteles en locales de asociaciones de extranjeros, colegios, institutos, centros cívicos, etc.
DIRECTORIOS COMERCIALES	Sería recomendable estar presente en guías profesionales y estar anunciado en guías telefónicas.
ANUNCIOS	En prensa y radios locales.

4. 4. Resultados económicos de tu empresa

4. 4. 1. ¿Cuánto debo invertir para iniciar mi empresa?

Las inversiones que consideramos realizar para el inicio de nuestra actividad, se establecen en base a los siguientes parámetros: los gastos de constitución, apertura de la academia y la licencia de actividad de la misma; y el inmovilizado tangible, imprescindibles para impartir las clases:

MOBILIARIO	Precio/unidad	Unidades	Total con IVA
Silla alumno	30 €	10	300 €
Pupitre alumno	40 €	10	400 €
Armario con Puertas	125 €	1	125 €
Silla y mesa profesor	250 €	1	250 €
Pizarra verde	145 €	1	145 €
			1.220 €

EQUIPOS INFORMÁTICOS	Precio/unidad	Unidades	Total con IVA
Portátil	700 €	1	700 €
Proyector	350 €	1	350 €
Impresora	100 €	1	100 €
			1.150 €

EQUIPAMIENTO	Precio/unidad	Unidades	Total con IVA
Aire acondicionado	850 €	1	850 €
			850 €

Fuente: precios de mercado. Elaboración propia

Además, tendremos que realizar una serie de reformas para acondicionar el local dependiendo del estado inicial en que se encuentre el inmueble que arrendemos. El acondicionamiento será tanto exterior (rótulos, rampa de acceso, cierres, etc.) como interior (adecuación de accesos a normativa, aseos, etc.). El conjunto de estos conceptos se estima en 3.593 euros (IVA incluido), aunque esta cifra, como señalábamos, puede variar en función de la situación en que se encuentre el local. De este modo, el importe podría reducirse si el mismo ya estuviera acondicionado con anterioridad.

Por último, dedicaremos una parte de la inversión inicial a bienes intangibles, como la fianza del alquiler de nuestra academia, la página web y el software necesario:

INMOVILIZADO INTANGIBLE	Precio (ud.)	Unidades	Total con IVA
Software	250,00 €	1	250,00 €
Página web	600,00 €	1	600,00 €
Fianza alquiler	900,00 €	1	900,00 €
			1.750 €

Fuente: precios de mercado. Elaboración propia

En suma, el cuadro resumen de la inversión inicial quedaría del siguiente modo:

Tabla 2. Inversiones estimadas para el inicio

CONCEPTOS	IMPORTES
Proyecto de obra y apertura para academia	1.240 €
Licencia actividad para academia	1.115 €
GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y APERTURA	2.355 €
Mobiliario (sin IVA)	1.008 €
Equipos informáticos	950 €
Equipamiento	702 €
Obras de acondicionamiento del local	2.893 €
INMOVILIZADO TANGIBLE	5.553 €
Software	206 €
Página web	496 €
Fianza alquiler	900 €
INMOVILIZADO INTANGIBLE	1.602 €
Existencias	165 €
Tesorería inicial	4.300 €
TOTAL INVERSIÓN	13.977 €
IVA SOPORTADO	1.843 €
TOTAL NECESIDADES INICIALES	15.820 €

Elaboración propia

4. 4. 2. ¿Cuáles son los gastos fijos de la actividad?

En las siguientes tablas reflejamos los principales gastos anuales a los que haremos frente cuando la empresa dé sus primeros pasos:

Tabla 3. Gastos fijos estimados en los tres primeros años

CONCEPTOS	IMPORTES		
	1 ^{er} año	2 ^o año	3 ^{er} año
Sueldos y seguridad social	11.317€	12.639€	13.921€
Arrendamiento local	5.400€	5.400€	5.400€
Teléfono móvil e internet	500€	500€	500€
Asesoría fiscal	480€	480€	480€
Suministros agua y electricidad	1.080€	1.080€	1.080€
Gastos financieros	493€	345€	239€
Amortización inmovilizado	1.245€	1.245€	1.245€
TOTAL GASTOS FIJOS	20.445€	21.619€	22.795€

Elaboración propia

Como punto de partida, hemos establecido un salario mensual de 893,08 euros/mes para el único trabajador de nuestro centro, ya que durante los primeros meses de actividad, nuestra academia no estará posicionada en el mercado y por tanto, los ingresos serán bajos. No obstante, se considera un incremento de la partida salarial para futuros años una vez esté asentada la empresa.

En cuanto a los gastos financieros, estimamos que necesitaremos un crédito bancario de 7.700 euros a un tipo de interés nominal del 6,95%, con un plazo de devolución de 5 años, que supondrá una cuota de 152,29 euros/mes.

4. 4. 3. ¿Cuál es la previsión de ventas que debes alcanzar?

A continuación, se muestra la estimación del número de alumnos e ingresos que obtendríamos durante el primer año de vida de nuestro negocio. Como podemos observar, durante los primeros meses no se contempla una elevada afluencia de estudiantes ya que nuestro centro estaría asentándose en el mercado y tratando de captar clientes.

Tabla 4. Número de clientes los tres primeros años

PRODUCTOS	ALUMNOS POR AÑO			Nº HORAS POR AÑO		
	1 ^{er} año	2 año	3 ^{er} año	1 ^{er} año	2º año	3 ^{er} año
Curso intensivo español para extranjeros 1	6	9	10	240	360	400
Curso intensivo español para extranjeros 2	6	7	8	144	168	192
Curso intensivo español para extranjeros 3	2	3	3	80	120	120
Curso intensivo español para extranjeros 4	8	10	12	192	240	288
Curso intensivo profesionales y desempleados 1	12	15	17	480	600	680
Curso intensivo profesionales y desempleados 2	6	8	9	144	192	216
Curso intensivo profesionales y desempleados 3	4	5	6	160	200	240
Curso intensivo profesionales y desempleados 4	10	13	15	240	312	360
Curso estándar	172	223	254	1.376	1.784	2032
Clases privadas adultos	32	41	47	32	41	47
Clases privadas niños-adolescentes	88	116	134	88	116	134
TOTAL	346	450	515	3.176 h	4.133 h	4.709 h

Elaboración propia

De acuerdo con los datos que manejamos sobre los precios de venta al público, que ya hemos expuesto, la agencia obtendría los siguientes ingresos:

Tabla 5. Ingresos totales en los tres primeros años

PRODUCTOS	ALUMNOS POR AÑO			PRECIO	INGRESOS TOTALES SIN IVA		
	1 ^{er} año	2 año	3 ^{er} año		1 ^{er} año	2 año	3 ^{er} año
Curso intensivo español para extranjeros 1	6	9	10	250€	1.500€	2.250€	2.500€
Curso intensivo español para extranjeros 2	6	7	8	180€	1.080€	1.260€	1.440€
Curso intensivo español para extranjeros 3	2	3	3	380€	760€	1.140€	1.140€
Curso intensivo español para extranjeros 4	8	10	12	240€	1.920€	2.400€	2.880€
Curso intensivo profesionales y desempleados 1	12	15	17	250€	3.000€	3.750€	4.250€
Curso intensivo profesionales y desempleados 2	6	8	9	180€	1.080€	1.440€	1.620€
Curso intensivo profesionales y desempleados 3	4	5	6	380€	1.520€	1.900€	2.280€
Curso intensivo profesionales y desempleados 4	10	13	15	240€	2.400€	3.120€	3.600€
Curso estándar	172	223	254	50€	8.600€	11.150€	12.700€
Clases privadas adultos	32	41	50	15€	480€	615€	750€
Clases privadas niños-adolescentes	88	116	134	12€	1.056€	1.392€	1.608€
TOTAL	346	450	515		23.396€	30.417€	34.768€

Elaboración propia

La consolidación de nuestra academia llevará un tiempo, que puede oscilar entre uno y tres años, en los que tendremos que hacer hincapié en la promoción y asegurar la viabilidad de nuestro proyecto. Por ello, te mostramos la siguiente previsión de los ingresos mensuales durante el primer año:

Tabla 6. Ingresos mensuales por venta de servicios en el primer año

SERVICIOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Curso intensivo español para extranjeros 1	0€	0€	0€	0€	0€	0€	500€	0€	1.000€	0€	0€	0€	1.500€
Curso intensivo español para extranjeros 2	0€	0€	360€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	720€	0€	1.080€
Curso intensivo español para extranjeros 3	0€	0€	0€	0€	0€	760€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	760€
Curso intensivo español para extranjeros 4	0€	0€	0€	480€	0€	0€	0€	0€	480€	0€	0€	960€	1.920€
Curso intensivo profesionales y desempleados 1	0€	0€	0€	0€	0€	1.000€	1.000€	0€	0€	0€	0€	1.000€	3.000€
Curso intensivo profesionales y desempleados 2	0€	0€	0€	0€	360€	0€	0€	0€	0€	0€	720€	0€	1.080€
Curso intensivo profesionales y desempleados 3	0€	0€	760€	0€	760€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	0€	1.520€
Curso intensivo profesionales y desempleados 4	0€	0€	480€	0€	0€	0€	0€	0€	960€	960€	0€	0€	2.400€
Curso estándar	400€	500€	500€	600€	600€	600€	900€	900€	300€	900€	1.200€	1.200€	8.600€
Clases privadas adultos	0€	0€	0€	0€	0€	0€	60€	60€	60€	60€	120€	120€	480€
Clases privadas niños-adolescentes	0€	0€	96€	96€	96€	96€	144€	144€	0€	0€	144€	144€	1.056€
TOTAL	400€	596€	2.196€	1.176€	1.816€	2.456€	2.604€	1.104€	2.800€	1.920€	2.904€	3.424€	23.396€

Elaboración propia

Todo ello, te permite contar con un remanente de tesorería positivo durante los primeros doce meses de tu academia:

Tabla 7. Presupuesto mensual de tesorería en el primer año

CONCEPTOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
ENTRADAS												
Prestación servicios	400€	596€	2.196€	1.176€	1.816€	2.456€	2.604€	1.104€	2.800€	1.920€	2.904€	3.424€
Capital propio	8.020€											
Emisión de deuda	7.800€											
TOTAL ENTRADAS	16.220€	596€	2.196€	1.176€	1.816€	2.456€	2.604€	1.104€	2.800€	1.920€	2.904€	3.424€
TOTAL SALIDAS	13.271€	1.771€	1.931€	1.829€	1.893€	1.957€	1.972€	1.822€	1.991€	1.903€	2.002€	2.054€
TESORERÍA FINAL	2.949€	1.774€	2.039€	1.386€	1.310€	1.809€	2.441€	1.724€	2.532€	2.549€	3.452€	4.822€

Elaboración propia

Con estas cuentas de tesorería, podemos obtener el balance y calcular el fondo de maniobra, que indica la capacidad de tu empresa para atender los pagos a corto plazo y además, realizar nuevas inversiones. Te interesa que el fondo de maniobra, calculado como activo circulante menos exigible a corto plazo, sea positivo.

Tabla 8. Balance de situación previsto al final del primer año

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO FIJO	10.075€	FONDOS PROPIOS	8.509€
Gastos constitución y apertura	2.850€	Capital social	8.020€
Inmovilizado material	6.720€	Pérdidas y ganancias	489€
Inmovilizado inmaterial	1.750€	Subvenciones a capital	0
Amortización	-1.245€	EXIGIBLE A LARGO PLAZO	6.466€
ACTIVO CIRCULANTE	5.022€	EXIGIBLE CORTO PLAZO	122€
Tesorería	4.822€	Hacienda acreedora IVA	122€
Existencias	200€		
TOTAL ACTIVO	15.097€	TOTAL PASIVO	15.097€

Elaboración propia

Por último, el punto de equilibrio nos muestra el número mínimo de horas que necesitarás impartir para cubrir todos los costes y desde entonces, comenzar a obtener beneficios.

Tabla 9. Punto de equilibrio y umbral de rentabilidad del primer año

Punto de equilibrio/umbral rentabilidad	Importes	Ingresos
Coste Fijo	20.446€	
Previo venta unitario	7.37€	
Coste variable unitario	0.74€	
P.E.= Costes fijos/(Pv-Cv)	3.084 hrs	22.729€

Elaboración propia

Con estos datos, podemos calcular la tasa interna de retorno (TIR), que indica la rentabilidad que ofrece nuestra inversión inicial, basándose en la estimación de los flujos anuales de caja. Para su cálculo, tomamos la cantidad inicial invertida y los flujos de caja de cada año que hemos conseguido sumando la amortización del inmovilizado y el resultado neto de explotación. Cuanto mayor sea la TIR, más rentable será nuestro proyecto.

Tabla 10. Tasa Interna de Retorno (TIR) a tres años

CONCEPTOS	IMPORTE
INVERSIÓN INICIAL	11.320€
Cash Flow 1	1.734 €
Cash Flow 2	6.225 €
Cash Flow 3	8.558 €
TIR a 3 años	17%

Elaboración propia

4. 4. 4. ¿Cuál es la cuenta de resultados de tu empresa?

Finalmente, la siguiente tabla refleja los gastos y los ingresos de explotación de tu actividad, donde habría que deducirle el importe correspondiente a los impuestos (20% de IRPF):

Tabla 11. Cuenta de resultados en los tres primeros años

CONCEPTOS	IMPORTES		
	1 año	2 año	3 año
TOTAL INGRESOS SIN IVA	23.396€	30.417€	34.768€
Cursos intensivos español para extranjeros	5.260€	7.050€	7.960€
Cursos intensivos ingles	8.000€	10.210€	11.750€
Curso estándar	8.600€	11.150€	12.700€
Clases privadas	1.536€	2.007€	2.358€
COSTES VARIABLES	2.340€	2.574€	2.381€
TOTAL INGRESOS-COSTES VARIABLES	21.056€	27.843€	32.387€
Sueldos y seguridad social	11.317€	12.639€	13.921€
Arrendamiento local	5.400€	5.400€	5.400€
Teléfono móvil e internet	500€	500€	500€
Asesoría fiscal	480€	480€	480€
Suministros agua y electricidad	1.080€	1.080€	1.080€
Amortización inmovilizado	1.245€	1.245€	1.245€
BENEFICIO antes impuestos e intereses	1.104€	6.570€	9.381€
Gastos financieros	493€	345€	239€
Margen de beneficio	4,7%	22%	27%
RENTABILIDAD ECONÓMICA	7,2%		
BENEFICIO antes de impuestos	611€	6.225€	9.142€
IRPF (20%)	122€	1.245€	1.828€
RESULTADO DEL EJERCICIO	489€	4.980€	7.313€

Elaboración propia

El coste de ventas (ingresos-costes) se ha obtenido a partir de los gastos señalados en la tabla 1 (gastos variables) más los gastos fijos anuales.

4. 4. 5. ¿Cómo puedes financiar tu negocio?

Como comentábamos anteriormente, para llevar a cabo nuestra idea empresarial tenemos unas necesidades económicas iniciales de 15.820 euros, de los cuales cubriremos 8.120 euros con recursos propios y recurriremos a la financiación externa para obtener los 7.700 euros restantes. Para ello, solicitaremos un préstamo bancario con las siguientes características:

- Crédito a 5 años a un tipo de interés nominal del 6,95%.
- Cuota de 152.29 €/mes,

No debe descartarse la posibilidad de que contemos con alguna subvención oficial. De recibir alguna, es factible que puedas amortizar una parte del préstamo solicitado. Conviene que consultes frecuentemente las **bonificaciones y las ayudas** a las que puede acceder tu empresa en esta dirección web.

5. 5. ¿Cuántos trabajadores debe tener tu negocio?

4. 5. 1. ¿Qué perfil debes tener como promotor del negocio?

El perfil de nuestro emprendedor ha de ser el de un profesional altamente cualificado, experimentado en docencia, organizado y con gran capacidad de trabajo. Es también muy importante que se sienta motivado y con vocación por enseñar.

En cuanto a su formación, deberá poseer cualquiera de estas dos titulaciones:

- Licenciado/graduado en Filología Inglesa.
- Licenciado/graduado en Traducción e interpretación de inglés.

Además, preferiblemente deberá contar con el máster de formación del profesorado o cursos de carácter pedagógico.

4. 5. 2. ¿Qué estructura debe tener tu empresa?

Al tratarse de una empresa compuesta en principio por un solo trabajador, la mayor parte de las tareas que demande el negocio las llevará a cabo él mismo. No obstante, para aquéllas obligaciones que requieran de otros conocimientos, como son los aspectos fiscales y laborales, contrataremos los servicios de una asesoría.

Por tanto, entre sus funciones tendremos:

Gerente	<i>Dpto. Administración:</i>	Desarrollo de las tareas de administración finanzas, cobros, recepción, tareas informativas (atención telefónica, administración del correo, etc)
		Diseño de horarios v ofertas para grupos
	<i>Dpto. Docencia</i>	Incluye tareas de diseño de actividades, grupos e impartir las clases tanto de inglés como español
	<i>Dpto. Marketing:</i>	Desarrollo de las tareas de Community Manager, Marketing y Publicidad de la empresa.

4. 5. 3. ¿Qué servicios puedes externalizar?

Según nuestras previsiones, externalizará servicios de asesoría contable y fiscal. No obstante, puede que durante la temporada alta deba recurrir a nuevos empleados para cubrir el aumento de la demanda.

4. 5. 4. ¿Qué convenio colectivo debes aplicar?

Las actividades de una academia de idiomas se rigen por el [Convenio n.º 99008825011994 que regula los Centros de enseñanza y educación no reglada](#), suscrito con fecha 2 de marzo de 2011, de carácter nacional y publicado en el BOE 102 del 29 de abril de 2.011.



PLAN DE EMPRESA

PROGRAMA DE FOMENTO DE LOS ACUERDOS TERRITORIALES EN MATERIA DE EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL DE LA COMUNITAT VALENCIANA 2017



**ACUERDO TERRITORIAL PARA EL EMPLEO
LITORAL SUR ALICANTE**



AJUNTAMENT DE
**GUARDAMAR
DEL SEGURA**



EXCMO. AYUNTAMIENTO
PILAR DE LA HORADADA



EXCMO. AYUNTAMIENTO
DE TORREVIEJA



Unión General de Trabajadores



confederación sindical
de comisiones obreras



GENERALITAT
VALENCIANA

