

GUIAS DE ACTIVIDADE EMPRESARIAL

Academias de ensinanza

* COMARCAS DE CONDADO
E PARADANTA

23*



ÍNDICE:

1. ¿Qué es este documento?	3
2. ¿Qué zonas comprende el estudio?	4
3. ¿Qué es una academia de enseñanza?	5
4. ¿Cuántas academias hay en la zona? ¿Qué características presentan?.....	6
5. ¿Quiénes son los clientes de una academia?.....	7
6. ¿Cuál es el mercado actual de las academias?	8
7. ¿Cómo puedo calcular el tamaño de mi mercado?.....	10
8. ¿Cómo competir en el mercado?	11
9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?	12
10. ¿Qué partidas de inversión requiere? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?.....	13
11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?	14
12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?.....	15
13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?	16
14. NOTA DE LOS AUTORES	17

1. ¿Qué es este documento?

El siguiente documento es el resultado de un proceso de adaptación de las Guías de Actividade a los entornos locales, proceso que se enmarca dentro del **Proyecto de Detección de Oportunidades de Negocio: Dinamización Empresarial dirigida en las comarcas de Galicia**, desarrollado por el BIC Galicia en colaboración con la Dirección Xeral de Promoción Económica y la Axencia de Desenvolvemento Rural (AGADER).

Los Agentes de Desarrollo Local y los Técnicos de Empleo son elementos de dinamización del territorio y actúan como intermediadores y colaboradores en el desarrollo económico y social, es decir, tienen un contacto directo con los emprendedores y deben ejercer una actuación dinámica, de asistencia técnica y estar en constante proceso de búsqueda y actualización de la información económica y social. Por otra parte, las Guías de Actividade se configuran como el instrumento de asesoramiento a los emprendedores y de impulsión de nuevas empresas, ya que permiten evaluar nuevas ideas de negocio y ayudan a los técnicos y emprendedores a analizar la viabilidad de un proyecto empresarial. Este documento surge, por tanto, con el objetivo de acercar la información contenida en la Guía de Academias de Enseñanza a la realidad socioeconómica de este territorio, ofreciéndote una información más cercana de tu ámbito social y empresarial.

La adaptación de la información a las características de la zona ha sido realizada por los técnicos locales de empleo de los municipios de las Comarcas de Condado e Paradanta, que forman parte de la Rede de Técnicos de Emprego coordinada por la Dirección Xeral de Promoción do Emprego de la Consellería de Traballo.

Para completar la información que ofrece esta guía con datos en el ámbito gallego y nacional, deberás tener la Guía de Academias de Enseñanza realizada para Galicia, que está a tu disposición en la web:

<http://guias.bicgalicia.es>.

2. ¿Qué zonas comprende el estudio?

La Zona de intervención de este estudio comprende los términos municipales de Arbo, A Cañiza, Covelo, Crecente, Mondariz, Mondariz Balneario, As Neves, Ponteareas y Salvaterra de Miño, integrados en las comarcas de Condado y Paradanta.

Este territorio está enclavado en el extremo suroriental de la provincia de Pontevedra limítrofe con la provincia de Ourense y con Portugal. Tiene una extensión total de 674,2 Km² y 56.818 habitantes.



3. ¿Qué es una academia de enseñanza?

Podemos definir una academia como el establecimiento docente, público o privado, de carácter profesional, artístico o técnico, o simplemente práctico, en el que se imparte todo tipo de enseñanzas.

Las academias pueden desarrollar su actividad en el ámbito de la formación reglada (principalmente Formación Profesional) y en la no reglada (clases de apoyo, oposiciones, formación a empresas, etc).

También podemos clasificar la actividad de las academias en función de la situación laboral de sus clientes. De esta forma podemos decir que hay academias cuya actividad se concentra en la formación ocupacional, es decir, dirigida a trabajadores desempleados, y academias en las que su actividad se concentra en la formación continua, es decir, a trabajadores ocupados.

Según expertos de la zona, el centro o academia de enseñanza privada tipo tiene una superficie media de entre 100 y 150 m² y dos aulas para impartir las clases, que vienen a ocupar casi las dos terceras partes del local. La práctica totalidad de los centros dispone de servicios de aseo y, más de la mitad, de despacho del director y secretaría. La mayoría de los centros tiene entre uno y dos trabajadores fijos durante el año, si bien la plantilla suele sufrir incrementos en las épocas de más demanda. La mayoría de las academias de enseñanza de la zona están dedicadas a la recuperación de clases.

En una clasificación, que no pretende ser exhaustiva, destacamos los siguientes tipos de academias:

- Academias de peluquería y estética.
- Academias de recuperación de clases.
- Academias de preparación de oposiciones.
- Academias dedicadas a actividades artísticas como son las de música, canto, baile, arte dramático, etc.
- Academias de azafatas, modelos y todo lo relacionado con las relaciones públicas.
- Academias de mecanografía y secretariado.
- Academias de idiomas.
- Academias de informática.
- Academias de corte y confección, diseño y moda.
- Academias de conducir.
- Academias de decoración y manualidades.
- Academias de cursos de formación ocupacional y formación continua.
- Academias que imparten formación profesional.

4. ¿Cuántas academias hay en la zona? ¿Qué características presentan?

En la actualidad existen en las comarcas de Condado y Paradanta 27 academias de estudios, de las cuales, la categoría que recoge mayor número de centros es la de Enseñanzas profesionales (85%), el resto de categorías son centros minoritarios en la zona.

Si analizamos las academias por su localización, hemos de decir que en nuestra zona, las academias están presentes en 6 municipios, Ponteareas con 17 centros, A Cañiza y Salvaterra de Miño con 3 centros cada uno, Mondariz, con dos centros y Arbo y As Neves, con un centro cada uno. Es evidente que a mayor número de habitantes, mayor será el número de academias existentes porque deberá cubrirse una mayor demanda de servicios.

En cuanto a las academias que imparten cursos homologados por la Consellería de Traballo (formación ocupacional), en lo que respecta a los cursos FIP, Ponteareas es el municipio que cuenta con un mayor número de estos centros (5), mientras que A Cañiza y Salvaterra de Miño cuentan tan sólo con un centro cada uno.

La mayoría de los propietarios de las academias eligen establecerse como autónomos. Esto supone aproximadamente el 60% del total de academias existentes. Si eliges esta forma jurídica para tu negocio, deberás saber que la personalidad jurídica de la empresa es la misma que la del titular, quien responde de todas las obligaciones que contraiga la empresa.

En cuanto al empleo generado en las academias de esta zona, lo máximo son dos personas. Normalmente se trata de los dos socios que crean la empresa o bien del empresario autónomo que crea la empresa más un profesor contratado, pero no suelen tener mucho personal fijo.

Si te has planteado la posibilidad de impartir cursos homologados por la Consellería de Traballo (Plan FIP-Formación Ocupacional), se exige una serie de requisitos que deben reunir los centros para garantizar un mínimo de calidad en la formación que impartan. También se exige el estar inscrito en un censo de centros colaboradores de formación ocupacional dependiente de la Consellería de Traballo.

5. ¿Quiénes son los clientes de una academia?

Podemos diferenciar dos grandes grupos de destinatarios de esta formación:

- Personas que buscan capacitación o complemento de la formación reglada.
- Empresas que contratan los servicios de un centro de formación para capacitar y cualificar a sus trabajadores.

Deberás definir, en primer lugar, el tipo de cliente que puede acudir a tu academia según la materia ofrecida y, después, analizar qué necesidades de servicios o productos complementarios puede necesitar. Por ejemplo, si te dedicas a dar clases de apoyo a los escolares sabrás que tu clientela tipo serán los estudiantes de la ESO, con edades comprendidas entre los seis y los doce años, que pueden tener como necesidades complementarias que les proporcionen esquemas de estudio (mapas conceptuales), una página web donde colgar las dudas que normalmente tienen, libros de problemas, etc.

A la hora de cómo competir con otras academias, son importantes los elementos diferenciadores tales como impartir clases los fines de semana, horarios poco habituales como el nocturno para gente que esté trabajando, clases particulares a quien lo solicite, desarrollo de una plataforma en Internet para el intercambio de experiencias, etc.

En cualquier caso algunas de las claves comunes a todos los tipos de clientes son:

- Búsqueda de cursos que puedan ser reconocidos u homologados por entidades oficiales o privadas de reconocido prestigio.
- Se requiere formación que claramente pueda ser aplicada al trabajo actual o futuro.
- Se exige profesorado especializado y con apoyo creciente de materiales multimedia.
- Los cursos deben ser cortos y modulares.

6. ¿Cuál es el mercado actual de las academias?

La Consellería de Traballo, que es la que tiene atribuidas las competencias y funciones en lo relativo a la formación ocupacional, estableció un programa para el año 2006 de 16 cursos en las Comarcas de Condado Paradanta, como te detallamos a continuación, con un presupuesto total de 589.457,79 €. En el siguiente cuadro te detallamos esta información:

Concello	Cursos	Alumnos	Presupuesto
A Cañiza	1	15	36.993,65
Ponteareas	14	210	526.436,04
Salvaterra de Miño	1	15	26.028,10
Total Zona	16	240	589.457,79
Provincia de Pontevedra	397	6.304	12.620.410,00

Ponteareas, A Cañiza y Salvaterra de Miño son los únicos municipios donde se han programado y aprobado cursos FIP, debido, principalmente, a que son los municipios donde se concentra la mayor parte de la población de la zona.

Además, apreciamos en esta tabla cierta concentración de los cursos presupuestados en el municipio de Ponteareas, debido, como decíamos, a ser el municipio con mayor población de la comarca y, por lo tanto, mayor número de destinatarios de estos cursos. Si analizásemos la oferta formativa a nivel provincial, veríamos que la comarca de Vigo concentra más del 53% de los cursos y más del 55% del presupuesto destinado a formación continua, ya que es la zona más poblada de la provincia.

Sector	Cursos	Alumnos	Presupuesto
Administración y oficinas	2	30	53.068,13
Agricultura	2	30	50.004,10
Comercio	2	30	29.731,62
Servicios a las empresas	1	15	92.163,41
Edificación y obras públicas	3	45	199.882,22
Sanidad	2	30	56.019,60
Servicios a la comunidad y personales	2	30	29.664,79
Turismo y hostelería	1	15	36.126,75
Transportes y comunicaciones	1	15	42.797,01
TOTALES	16	240	589.458

Según sea el sector al que van dirigidos los cursos, el presupuesto para cada uno de ellos ascendió a las siguientes cuantías:

La distribución sectorial de los cursos ha estado bastante equilibrada, destacando Edificación y obras públicas con un total de 3 cursos y un presupuesto de 199.882,22 €.

7. ¿Cómo puedo calcular el tamaño de mi mercado?

Para el cálculo del tamaño de mercado para una academia, te proponemos que intentes averiguar la situación de saturación en la que se encuentran los posibles competidores para el conjunto de materias o servicios que quieres ofrecer.

Para esto existen dos métodos de análisis fundamentalmente. El primero de ellos consiste en identificar qué tipo de alumnos son los destinatarios de la formación que quieres ofrecer en tu zona o población y averiguar, a través de encuesta en empresas, colegios, centros y lugares donde se concentran los posibles alumnos, el nivel de saturación de las academias que imparten la formación que tú has pensado ofertar. También es interesante averiguar cuáles son los meses de mayor demanda, qué fallos tiene la competencia, etc.

Otra forma de analizar la demanda posible es a través de lo que se conoce con el nombre de *panel de expertos*.

También es interesante entrevistarse con los responsables de los departamentos de la Xunta de Galicia, cámaras de comercio, confederaciones de empresarios, ayuntamiento, asociaciones, etc. que tienen relación con el tipo de formación que vas a impartir, ya que su conocimiento global del sector les puede permitir asesorarnos en el tipo de cursos que están teniendo mayor demanda en ese momento, mayor salida profesional, etc.

Para estimar el mercado te proponemos los siguientes pasos:

- Analizar si la ubicación de la academia es un aspecto importante y ver qué localización sería más apropiada.
- Definir quién es tu público objetivo para cada uno de los cursos o materias que vas a ofrecer. Ejemplo: Niños interesados en aprender guitarra y piano.
- Localizar dónde puedes encontrar al destinatario del servicio o al que decide su compra para hacer una encuesta sobre la viabilidad del proyecto.
- Realizar una encuesta presentando el proyecto: productos, precios, localización, medios materiales, etc. para evaluar el interés por acudir a la academia.
- Estimar el mercado potencial total para la mejor de las situaciones.
- Analizar cuántos alumnos son necesarios para cubrir los gastos de funcionamiento de la academia.

8. ¿Cómo competir en el mercado?

La clave del éxito radica en acertar con el producto ofertado y su diferenciación de la competencia a través de los servicios, instalaciones, metodologías, etc.

Existe una variedad amplísima en cuanto a las materias que se pueden impartir.

En segundo lugar, puedes conseguir la autorización para impartir niveles de formación que ofrezcan un título reconocido por la Consellería de Educación. Entrarías ya en el ámbito de la educación reglada, pudiendo elegir desde el nivel de estudios primarios hasta estudios universitarios.

Otra posibilidad, además de poder impartir cursos FORCEM, consiste en alquilar las aulas a las empresas para que impartan los cursos en nuestra academia.

Otros niveles de diferenciación fuera del área de materias a impartir son, por ejemplo, los horarios de las clases adaptados particularmente a la situación de cada cliente, el establecer grupos especiales para gente que trabaja, el impartir clases los fines de semana y días festivos, etc.

En cuanto al precio, el primer aspecto que debes tener en cuenta son los precios de la competencia en similares condiciones de servicio ofertado.

La forma usual de fijar el precio es con referencia al tiempo de duración de la prestación del servicio. Lo más habitual es el precio por horas, es decir, se cobra por el número de horas al mes que se asiste a la academia. El precio de cada hora oscila dependiendo de la materia impartida en la academia.

Es habitual exigir el pago de una matrícula al iniciar el período de formación, que suele coincidir, aproximadamente, con el importe de una mensualidad.

9. ¿Cómo se dan a conocer a los clientes?

En este tipo de actividad, lo habitual es darse a conocer mediante el *boca a boca*, por lo que normalmente la captación de alumnos en materias que ya se imparten por la competencia es lento, salvo que se ofrezca una ventaja diferencial muy significativa, o se forme parte de una red de franquicias.

En el caso de que la academia tenga como público objetivo empresas, es recomendable realizar función comercial, visitando las empresas y ofreciéndoles los programas o productos formativos, haciendo hincapié en la calidad de la formación y de los resultados que se van a obtener.

Las acciones publicitarias utilizadas son buzoneo. Directorios comerciales o carteles en diversos centros de la zona.

Además, las academias suelen desarrollar una imagen corporativa mediante rótulos, tarjetas, facturas, etc., todos ellos con el logotipo del centro.

10. ¿Qué partidas de inversión requiere? ¿Y cuáles son las partidas de gasto más importantes?

Entre las partidas más importantes a las que se deberá hacer frente para iniciar la actividad podemos señalar: acondicionamiento del local, mobiliario, equipos para procesos de información y gastos de constitución y puesta en marcha.

La inversión necesaria es relativamente baja para el emprendedor en el caso de que decida alquilar el local; en caso de adquirirlo en propiedad la partida aumenta considerablemente.

En cuanto a los gastos, nos referimos a los desembolsos necesarios para el ejercicio libre de la actividad, incluso en el supuesto de que no hubiera clientela. Engloba tanto los variables, es decir que dependen del volumen de ocupación como los fijos, que son independientes del mismo.

Entre las partidas más relevantes podemos señalar: aprovisionamientos, comunicaciones (teléfonos), arrendamiento del local, reparaciones y conservación, sueldos, mantenimiento, servicios profesionales independientes, tributos, seguros, gastos financieros, amortizaciones, publicidad.

11. ¿Cómo se organiza el personal y qué perfil profesional requiere?

Lo habitual es que exista un propietario de la academia que imparte alguna de las materias y varios contratados, que pueden estar trabajando en régimen de autónomos.

El número medio de profesores de un centro de las características analizadas en el apartado de análisis económico-financiero es de seis o siete, donde cada uno de los cuales tiene como media veinte alumnos.

El nivel de formación del profesorado suele ser universitario de grado superior o medio en el 93% de los casos.

12. ¿Qué ayudas existen para iniciar la actividad?

Existe un gran abanico de ayudas que pretenden facilitar el camino del emprendedor ofrecidas por la Consellería de Trabajo, IGAPE e ICO.

Entre los programas de ayuda que coordina la Dirección General de Empleo destacamos los apoyos a la contratación por cuenta ajena y el fomento del autoempleo y la economía social.

El IGAPE por su parte ofrece ayudas destinadas a favorecer la aparición de emprendedores, concesión de microcréditos para la adquisición de activos fijos.

El ICO ofrece financiación en condiciones preferentes para las inversiones en activos fijos productivos por parte de las PYMES y también concede microcréditos para la puesta en marcha de pequeños negocios o microempresas.

13. ¿Qué organismos y páginas web me pueden ser útiles?

- Xunta de Galicia; www.xunta.es
- Instituto Galego de Promoción Económica: www.igape.es
- Instituto Galego de Estatística: www.ige.xunta.es
- Confederación de Empresarios de Galicia: www.ceg.es
- Confederación de Empresarios de A Coruña: www.cec.es
- Confederación de Empresarios de Lugo: www.celugo.es
- Confederación de Empresarios de Ourense: www.ceo.es
- Confederación de Empresarios de Pontevedra: www.cep.es
- Asociación de Centros Autónomos de Enseñanza privada: www.acade.es
- Confederación Española de Centros de Enseñanza: www.cece.es
- Confederación Española de Centros y Academias Privadas: www.cecapi.es
- Federación Gallega de Academias: www.academias-fega.org
- Cursos FIP: www.xunta.es/conselle/as/spe/dxfo/sxfo/index.htm

14. NOTA DE LOS AUTORES

Autores de la adaptación:

María Isabel Rodríguez Outerelo, Técnico de Empleo do Concello de Ponteareas.

Las referencias nominales suministradas en esta Guía, tales como centros de estudio, asociaciones, instituciones, ferias, páginas web, etcétera que el lector puede encontrar a lo largo de la lectura de este documento no pretenden ser una enumeración exhaustiva sino una muestra orientativa de las entidades detectadas durante la elaboración de este estudio. Es posible que existan otras referencias, similares a las citadas, que no han sido incluidas por no constituir tales relaciones el objetivo principal de la presente Guía.

Todos los datos relacionados con estadísticas, legislación, cursos, ayudas y cualquier otra información susceptible de ser actualizada, han sido obtenidos durante la realización de la presente Guía.

Santiago de Compostela, septiembre de 2006