

UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS DE ORIHUELA
TRABAJO FIN DE GRADO EN ADE



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

PLAN DE EMPRESA: ACADEMIA LOS MONTESINOS

AUTOR: Ana Hurtado Zaragoza

TUTOR: Sergio Galiana Escandell

Departamento: Estudios Económicos y Financieros

Área: Creación de empresas

Curso académico: 2020-2021

Convocatoria de Junio

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	3
1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO Y MODELO DE NEGOCIO	4
1.1. DELIMITACION DEL NEGOCIO.....	5
1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROMOTOR	5
1.3. DATOS DEL PROYECTO.....	7
1.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA	8
2. DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.....	9
3. ANALISIS DEL MERCADO.....	10
3.1. DATOS DEL MERCADO	10
3.1.1. DATOS DE ABANDONO ESCOLAR PREMATURO EN ESPAÑA.....	10
3.1.2. DATOS DE ABANDONO ESCOLAR PREMATURO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA	11
3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO O DEL SECTOR Y ANÁLISIS INTERNO.....	13
3.2.1 MACROENTORNO: ANÁLISIS PESTEL.....	13
3.2.2. ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	19
3.2.3. MATRIZ DAFO	22
4. PLAN DE MARKETING.....	25
4.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y OBJETIVO DE MERCADO	26
4.2. POLÍTICA DE PRODUCTO O SERVICIO.....	27
4.3. POLÍTICA DE PRECIOS	27
4.4. FUENTE DE VENTAS	28
4.5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	28
4.6. SISTEMA DE INFORMACIÓN Y CONTROL DE MARKETING.....	29
4.7. SISTEMAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	30
5. PLAN DE OPERACIONES	31
5.1. ESTRATEGIA DE OPERACIONES.....	31
5.2. DESCRIPCIÓN DE UN PROCESO PRODUCTIVO.....	32
5.3. PLANIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD	32
5.3.1. CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	33
5.3.2. APROVISIONAMIENTO	33
5.4. INFRAESTRUCTURAS/ INSTALACIONES	33
6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH.....	34
6.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	34
6.2. RETRIBUCIÓN	36

6.3. POLÍTICA DE MOTIVACIÓN.....	37
6.4. SEGURIDAD E HIGIENE.....	37
7. FORMA JURÍDICA Y AGENDA DE CONSTRUCCIÓN	38
7.1. FORMA JURÍDICA DEL NEGOCIO.....	38
7.2. TRÁMITES LEGALES Y AGENDA DE CONSTITUCIÓN.....	39
8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	40
8.1. VIABILIDAD DEL PROYECTO: ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO	43
8.2. ANÁLISIS DINÁMICO	49
8.3. BALANCE DE SITUACIÓN DE LOS 3 PRIMEROS AÑOS SEGÚN LOS 3 ESCENARIOS.....	52
8.4. PLAN DE TESORERÍA	56
8.4.1. COBROS.....	57
8.4.2. PAGOS.....	57
8.4.3. SALDO FINAL	58
8.5. ANÁLISIS DE RATIOS FINANCIEROS.....	58
9. CONCLUSIONES	60
10.BIBLIOGRAFÍA.....	61
12. ANEXOS.....	63



RESUMEN EJECUTIVO

Para la realización del resumen ejecutivo de este trabajo se responden a una serie de preguntas como son:

¿Cuál va a ser la actividad de la empresa?, ¿cuál va a ser la inversión por realizar?, ¿cuál va a ser la estructura legal y las políticas de promoción que se van a utilizar?, entre otras.

La actividad principal de nuestra empresa es ofrecer unos servicios dirigidos a los estudiantes, ya que los ayudaremos para que puedan alcanzar todos sus objetivos académicamente hablando. Los clientes tendrán su horario establecido según las horas y los días que quieran acudir. Tanto yo como mi socia somos los que tuvieron la idea de abrir este negocio, ya que vimos una buena idea de negocio al tratarse de un sector con una gran demanda, y que apenas tenemos competidores en el municipio de Los Montesinos que es donde tenemos pensado su apertura.

Nuestra empresa está ubicada en el centro de Los Montesinos, exactamente en la Avenida del Mar, elegimos esta ubicación, ya que es una zona con gran visibilidad, fácil de localizar y encontrar.

Para la puesta en marcha de este negocio las dos socias podrán una cantidad inicial conjunta e igual para poder tener algo de liquidez y poder hacer frente a todos los gastos que se tengan, cada socia hará una aportación inicial de 7000 euros, esto hará que para empezar tengan un capital conjunto de 14000 euros, siempre que sea necesario aportar más cantidad de dinero lo harán de manera conjunta. Se trata de un negocio que aún no ha empezado a realizar su servicio ya que la inauguración se producirá al año que viene, ya que se tenía previsto su apertura antes, pero debido a la pandemia a la que tenemos que hacer frente nos hemos visto obligados a retrasar su apertura.

Hemos optado por constituir una Sociedad Limitada, que cumplimos todos los requisitos legales necesarios para pequeños empresarios. La promoción de nuestro negocio se hará principalmente a través de medios sociales ya que es lo que más se usa en la actualidad, por tanto, en estas redes sociales haremos publicaciones de nuestros servicios y nuestra manera de trabajar.

Modelo de negocio CANVAS:

<p>8</p> <p>Alianzas Estratégicas</p> <p>Con proveedores que nos suministren el material necesario en cuanto a papelería, y sistemas informáticos.</p> <p>Necesitaremos productos, suministros, proveedores de confianza y formación del personal.</p> <p>Intentaremos tener un acercamiento tanto con el colegio como con el instituto para poder comentar dudas que se nos presenten en cuanto a los alumnos.</p>	<p>7</p> <p>Actividades Clave</p> <p>La primera clase será gratuita para que puedan decidir ellos si les ha gustado el servicio que se les ha dado o no.</p> <p>En nuestras clases ayudaremos a los alumnos a que hagan sus deberes, resolverles las dudas que se les planteen, avanzarle la materia, y también tendremos un profesor de inglés por si alguno de ellos quiere mejor en el idioma.</p> <p>Ofrecer un servicio con la mayor confianza posible.</p> <p>Crear un pequeño plan de marketing y publicidad para dar información sobre nuestro negocio.</p>	<p>1</p> <p>Propuesta de Valor</p> <p>En cuanto al servicio que vamos a ofrecer es el siguiente: ofrecer nuestro conocimiento para poder ayudar a aquellos niños /adolescentes que necesitan un mayor apoyo para poder alcanzar los conocimientos necesarios que se les exigen alcanzar para poder superar los cursos, o sus objetivos marcados.</p> <p>En cuanto a nuestro servicio, tampoco es que va a contar con mucha competencia, ya que donde queremos abrir nuestro negocio solo hay una empresa competidora, por tanto vamos a optar por contratar a los mejores profesionales para implantar las clases, y contar con sistemas tecnológicos actuales.</p>	<p>4</p> <p>Relación con el Cliente</p> <p>¿Qué tipo de trato tenemos con nuestros clientes?</p> <p>El trato que tendremos con nuestros clientes va a ser muy cercano ya que tenemos que tener un contacto muy cercano para saber cuáles son sus avances, en el caso que los niños sean pequeños, el contacto lo tendremos con los padres. Este contacto será a través del teléfono, si tenemos que informares de algo detallado lo haremos mediante una llamada de teléfono y si es para pequeñas cosas, lo haremos vía WhatsApp.</p>	<p>2</p> <p>Segmentos de Clientes</p> <p>Nuestros destinatarios serán todos los niños/adolescentes que necesites de nuestra ayuda ya sea para ampliar su conocimientos como para poder conseguir los conocimientos que se les exigen.</p> <p>Los clientes serán los padres de estos niños o adolescentes ya que en la mayoría de los casos son los que pagarán estos servicios.</p>
<p>9</p> <p>Estructura de Costes</p> <p>A la hora de abrir la academia contaremos con unos costes fijos como pueden ser, el alquiler de la academia, la luz, el agua, el sueldo de los trabajadores que contratemos.</p> <p>En cuanto a los costes variables al principio necesitaremos una gran cantidad de capital para poder amoblar el negocio y después de ello, necesitaremos ir comprando material según sea necesario para impartir las clases.</p>	<p>5</p> <p>Flujos de Ingresos</p> <p>Los ingresos que tendremos son los que realizaremos por los servicios que realizaremos, estableceremos una serie de precios, según las horas que se están implantando estos conocimientos, si las clases que se realicen sean individuales o colectivas.</p> <p>Y también el obtendremos ingresos por la matrícula de los alumnos en la academia, está matrícula sólo se hará una vez, el mes que incorporen a la academia, salvo el primer mes que es gratis.</p>			

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO Y MODELO DE NEGOCIO

En este apartado explicaremos de forma abreviada en qué consiste el proyecto. En el cual hemos realizado un análisis de mercado, tras realizar este estudio hemos descubierto que, aunque ya existe alguna academia que puede ofrecer el mismo servicio, el nuestro se diferencia de la competencia debido a que contamos con una mayor innovación y estamos más actualizados que nuestros competidores a demás de ofrecer un servicio de muy buena calidad.

A partir de los datos obtenidos anteriormente, hemos desarrollado el plan de marketing, operaciones, organización, recursos humanos y financiación, que iremos desarrollando detalladamente en los apartados siguientes del proyecto. Para concluir

detalladamente cual es la forma jurídica por la que hemos optado, la constitución de la empresa y la rentabilidad que vamos a obtener en los tres primeros años. A continuación, vamos a desarrollar detalladamente el plan de empresa.

1.1. DELIMITACIÓN DEL NEGOCIO

En este proyecto describimos la creación de una academia “Academia Montesinos”, un negocio especializado en un servicio de clases de apoyo a niños y adolescente que lo necesiten para poder alcanzar los conocimientos que se requieran tanto en el colegio como instituto o bachillerato, el cual, va a contar con el mejor servicio posible y adaptarnos a todas las necesidades de nuestros clientes.

1.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROMOTOR

Los promotores y emprendedores del proyecto somos mi prima y yo.

NOMBRE Y APELLIDOS	Ana Hurtado Zaragoza
DIRRECCIÓN	C/ Las flores
LOCALIDAD	Los Montesinos
FECHA DE NACIMIENTO	26/02/1998
EMAIL	Anahurtadozaragoza1@gmail.com
N.I.F	49251177L

FORMACION ACADÉMICA Y PROFESIONAL

(2016-2017) Grado en ADE, Universidad Miguel Hernández (Elche)

(2018- actualidad) Trabaja en academia Miralles (Torrevieja)

NOMBRE Y APELLIDOS	Lucia Hurtado Pérez
DIRRECCIÓN	C/ Zaragoza
LOCALIDAD	Los Montesinos
FECHA DE NACIMIENTO	14/06/1991
EMAIL	Luciahurtadoperez@gmail.com
N.I. F	25000140M

FORMACION ACADÉMICA Y PROFESIONAL

(2010-2014) Grado en educación primaria universidad de Alicante (Alicante).

(2015-2020) Profesora en academia “Academia Improve” Rafal.

NOMBRE Y APELLIDOS	Pedro Torres Sánchez
DIRRECCIÓN	C/ Caballero de Rodas
LOCALIDAD	Torrevieja
FECHA DE NACIMIENTO	12/06/1988
EMAIL	Pedrotorressánchez88@gmail.com
N.I. F	78651173N

FORMACION ACADÉMICA Y PROFESIONAL

(2019-2020) Profesor de inglés en el instituto IES Las Lagunas (Torrevieja)

(2011-2018) Preparación y presentación a las oposiciones.

(2007-2011) Grado en educación secundaria universidad de Murcia (Murcia)

Lucía y yo somos primas, y decidimos unirnos y emprender juntas, ambas hemos acabado la carrera y hemos trabajado previamente en otras academias, de ahí la idea de crear la nuestra propia ya que las dos tenemos experiencia, compartimos aficiones comunes, formación para ello y aptitudes adecuadas para garantizar en la medida de lo posible el éxito de nuestra iniciativa. Nosotras entendemos que este éxito exige una alta dedicación, por lo que esta será nuestra única actividad profesional.

Conviene subrayar que cada uno de los socios aportará:

NOMBRE DE LOS SOCIOS	APORTACIONES PROPIAS	% OBLIGACIONES	PRESTAMO BANCARIO
Ana Hurtado Zaragoza	7000	50%	
Lucia Hurtado Pérez	7000	50%	25000

1.3. DATOS DEL PROYECTO

La apertura de la academia “Academia Montesinos” abrirá el día 03/01/2022, si las condiciones nos lo permiten y esta todo acabada para esa fecha, para ellos hemos previsto realizar una inversión inicial de 25000 € y según nuestros cálculos de rentabilidad sobre las ventas, muestra la capacidad que tiene la empresa de producir beneficios en relación a las ventas que realiza en la actividad normal de la empresa; da a conocer el importe que gana la empresa por cada una de las unidades de producción que vende, durante los tres primeros ejercicios será de:

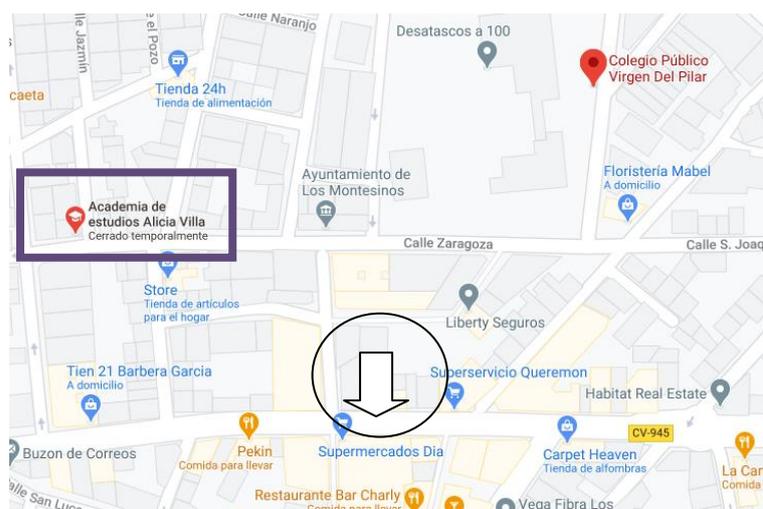
La rentabilidad financiera (los beneficios obtenidos por invertir dinero en recursos financieros, es decir, el rendimiento que se obtiene a consecuencia de realizar inversiones) en los cuatro años siguientes será de:

La forma jurídica que hemos elegido para nuestra sociedad es: una Sociedad Limitada.

Vamos a ubicar nuestro negocio en la Avenida del mar (Los Montesinos), en la provincia de Alicante, próximo a la zona de la costa.

Podemos ver en el siguiente mapa su situación geográfica.

Imagen 1: Ubicación Academia Montesinos.



Fuente: Google Maps, 2021.

Con un cuadrado lila hemos captado a nuestra competencia, ya que ofrece un servicio muy similar a los nuestros, como podemos observar no nos hemos situado muy lejos de la competencia, pero pensamos que con nuestro servicio podemos diferenciarnos de ellos y ser capaces de crear una gran cantidad de demanda.

El círculo negro que hay marcado en el mapa es el lugar elegido para abrir nuestro negocio, esta ubicación tiene una buena comunicación vía carretera.

La principal actividad de nuestra empresa será la que ofrece nuestro servicio a todos los alumnos que acudan a ella.

1.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

La misión de Academia Montesinos se puede considerar estrecha ya que centrará sus esfuerzos en ser conocidos en la zona por los servicios que realizaremos, seguir incorporando nuevas técnicas siempre para que los alumnos se sientan lo mejor posible, ya que nuestros clientes serán nuestra mayor prioridad. Uno de nuestros objetivos es tener un buen público objetivo y con el tiempo, poder crecer.

Tener la visión de poder abrir más academias por los pueblos de la vega baja y hacer que Academia Montesinos sea reconocible tan sólo escuchando su nombre, para ello tenemos que transmitir nuestros valores a todas las personas que acudan a nosotros.

Entre los valores, principios, creencias y compromisos que guía la actuación de la empresa encontraremos los siguientes:

- El trabajo en equipo, perseguiremos un resultado en equipo basado en la relación con todos los trabajadores de la academia, alumnos y padres sus padres.
- Ser creativos a la hora que incluir técnicas, realizar ejercicios a la hora de estudiar, (con los más pequeños).
- La prioridad con nuestros clientes, prestándoles siempre la atención que necesiten en cada momento.
- Ser honestos con nuestros clientes, y si vienen alumnos para preparar un examen y venos que no van a contar con el tiempo necesario para ello, decírselo.

2. DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

La elaboración del trabajo de fin de grado tiene como objetivo analizar la viabilidad que tendría la apertura de una academia de clases de apoyo y refuerzo para niños y adolescentes en la localidad de Los Montesinos (Alicante).

Considero que este tipo de negocios en la actualidad son muy demandados, ya que, muchos niños además de las clases obligatorias necesitan un apoyo extra para poder superar las asignaturas de los diferentes cursos académicos.

Además estas academias ayudan tanto a niños como a adolescentes a adquirir un hábito de estudio, el cuál es un requisito indispensable para poder desarrollarse tanto a nivel profesional como personal.

Cabe destacar que en la actualidad estoy trabajando en una academia de apoyo, por lo que esta ha sido otra de las razones por las que me he decidido a hacer este plan de empresa, ya que la satisfacción que me aporta poder compartir mis conocimientos con demás y ayudarles en esta etapa tan decisiva para su futuro, hace que me sienta una persona realizada.

La elaboración de este Plan de Negocios permitirá conocer si este proyecto será viable y si tendrá una gran aceptación por parte de mi público objetivo a partir de aquí valoraremos si su apertura sería o no una buena idea.

Esta academia está dirigida a los niños y adolescentes que necesiten una ayuda extra a la hora de realizar los ejercicios que los profesores les han mandado o para estudiar los exámenes, pudiendo así alcanzar los objetivos marcados.

Los grupos de niños y adolescentes que estará dirigido nuestro servicio serán:

- **Niños de primero a sexto de primaria.** Este tipo de niños necesitan adquirir un buen hábito a la hora de hacer sus deberes y de estudiar ya que empiezan a ir adquiriendo una mayor responsabilidad y es mejor que desde pequeños empiecen a trabajar en ello.

- **Niños de primero a cuarto de secundaria.** Este grupo de niños necesitan ir enfocando su camino ya que de ello puede que dependa su futuro profesional.
- **Adolescentes de bachillerato.** Este tipo de niños suelen tener enfocado su camino profesional y solo necesitan sacar buena nota en sus exámenes para poder entrar a estudiar la carrera que tanto desean.

En nuestra academia también contaremos con un profesor que impartirá clases de inglés con el objetivo de ayudar a los niños en todo lo posible y como sabemos que los idiomas tienen una gran importancia en la educación de los niños, estos podrán solicitar este servicio ya sea con clases grupales o de manera individual, es decir, clases particulares solo profesor- alumno.

Los grupos se irán modificando, teniendo en cuenta las plazas solicitadas de niños y según el nivel de los alumnos. Los grupos no serán muy numerosos, ya que se pretende que los niños aprendan lo máximo posible sin distracciones, ya que con muchos niños en una misma clase provoca que las distracciones aumenten las y por tanto la concentración disminuya.

3. ANALISIS DEL MERCADO

3.1. DATOS DEL MERCADO

3.1.1. DATOS DE ABANDONO ESCOLAR PREMATURO EN ESPAÑA

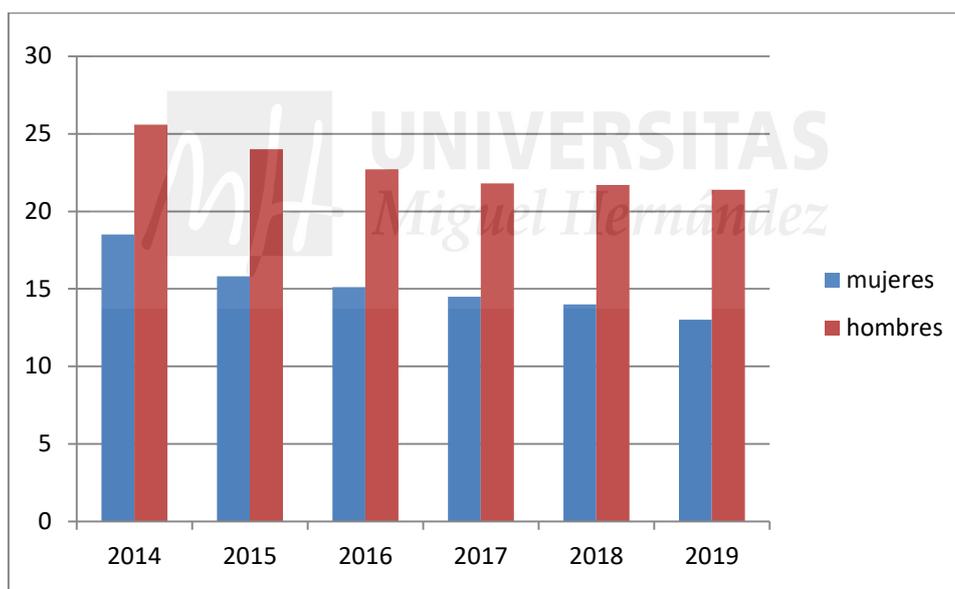
El abandono escolar prematuro es un factor que influye en el crecimiento económico y de empleo. Este abandono en los estudios puede provocar problemas que acaben en los peores casos en exclusión social, riesgo de pobreza y dificultades a la hora de encontrar trabajo.

A continuación, vamos a analizar los datos del abandono escolar desde el 2014, hasta el 2019 que son los últimos datos registrados, haciendo una comparación entre los hombres y las mujeres.

En el siguiente gráfico podemos ver los datos del abandono escolar temprano en España dividida por sexos, como se puede apreciar, este abandono es mayor siempre en los hombres que en las mujeres.

Tanto en los hombres como en las mujeres, desde el 2014 hasta el 2019 esta tendencia va bajando, pero, aun así, sigue siendo elevada ya que en el último año podemos ver que el abandono escolar por parte de los hombres es de un 21,4%, y en el caso de las mujeres es un 13%.

Gráfico1: Abandono temprano de la educación-formación de personas de 18 a 24 años en España.



Fuente: INE, 2019.

A modo conclusión de este punto, podemos decir que, debido al porcentaje tan alto de abandono escolar, nos indica que nuestro sistema educativo requiere de cambios para conseguir que la motivación de los alumnos sea mayor a la hora de adquirir un cierto nivel formativo y que la de la calidad de enseñanza sea mayor.

3.1.2. DATOS DE ABANDONO ESCOLAR PREMATURO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

Tabla 1: Abandono educativo temprano de la población de 18 a 24 por CCAA y periodo.

	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Andalucía	21,6	21,9	23,5	23,1	24,9	27,7
Aragón	14,6	15,8	16,4	19,1	19,5	18,4
Asturias, Principado de	12,4	12,6	14,8	16,6	16,8	13,6
Baleares, Illes	24,2	24,4	26,5	26,8	26,7	32,1
Canarias	20,8	20,9	17,5	18,9	21,9	23,8
Cantabria	12,8	9,8	8,9	8,6	10,3	9,7
Castilla y León	14,3	13,9	16,7	17,3	16,7	16,8
Castilla - La Mancha	20,2	20,5	22,1	23,2	20,8	22,2
Cataluña	19,0	17,0	17,0	18,0	18,9	22,2
Comunidad Valenciana	16,4	20,2	20,3	20,2	21,4	23,4
Extremadura	20,5	20,9	19,2	20,4	24,5	22,9
Galicia	12,6	14,3	14,9	15,2	17,0	18,5
Madrid, Comunidad de	11,9	14,4	13,9	14,6	15,6	18,3
Murcia, Región de	22,6	24,1	23,1	26,4	23,6	24,1
Navarra, Comunidad Foral de	13,9	11,4	11,3	13,4	10,8	11,8
País Vasco	6,7	6,9	7,0	7,9	9,7	9,4
Rioja, La	13,9	17,1	12,9	17,8	21,5	21,1
Ceuta	24,7	23,4	20,1	21,5	29,8	29,5
Melilla	24,1	29,5	27,5	24,4	24,1	19,6

Fuente: INE, 2019.

El abandono escolar en la Comunidad Valenciana en comparación con el resto de las Comunidades Autónomas va mejorando año tras año. La realidad es que más de la mitad de las comunidades autónomas experimentan una reducción del abandono del 2018 al 2019.

Las Comunidades Autonómicas que han disminuido el porcentaje de abandono escolar han sido las siguientes: Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias,

Castilla – La Mancha, Comunidad valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, País Vasco, La rioja y Melilla.

En los extremos, con un menor porcentaje, está en primer lugar el País Vasco que sigue siendo la comunidad autónoma con la tasa de abandono más baja la cual es de un 6.7%, también destacamos que del 2018 al 2019 su porcentaje se ha visto reducido en un 1%, lo que sitúa a esta comunidad autónoma a la altura de las comunidades con menor porcentaje de jóvenes que no estudian más allá de la etapa obligatoria. Madrid también destaca con un 11.9 % de abandono escolar, seguida de Asturias con un 12.4%, otra de las comunidades que se encuentra por debajo de la media de España es la comunidad autónoma de Galicia con un 12,6% bajando más de un 2%.

Por lo contrario, las comunidades que tienen en una mayor número de casos de abandono escolar son, Murcia con un 22.6%, Extremadura con un 20.5% y castilla – La Mancha con un 20.2%.

3.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO O DEL SECTOR Y ANÁLISIS INTERNO

3.2.1. MACROENTORNO: ANÁLISIS PESTEL

Después de analizar algunos temas relacionados y que influyen con la apertura del negocio voy a realizar un estudio detallado, analizando desde el entorno en el que la empresa pondrá en marcha su actividad hasta el análisis del propio sector, con el fin de determinar la situación competitiva de la empresa.

En cuanto a los factores del entorno que afectan a la organización, se podrían describir como incontrolables, ya que vienen impuestos por las circunstancias del momento y que a pesar de ello, pueden afectar a los resultados de la actividad.

Por lo que para analizar el entorno haremos un análisis Pestel, y este considera que las principales variables son las siguientes:

Demográficas: Respecto a estos factores, cabe destacar el número de habitantes de la población de Los Montesinos, así como su estructura por edades, ya que con dichas variables se podrá definir el público objetivo.

Tabla 2: Total de habitantes, Los Montesinos.

LOS MONTESINOS (HABITANTES)	AÑOS
5061	2020
4968	2019
4844	2018
4862	2017
4912	2016
4921	2015
4966	2014
5043	2013
5203	2012
5199	2011

Fuente: INE, 2020.

Como se puede apreciar en la tabla, Los Montesinos está sufriendo un incremento en el número de habitantes en los últimos años, con un total de 4968 habitantes en el 2019.

En cuanto a la estructura de la población según la edad, se obtiene la siguiente información, esta información la obtenemos ordenada según unos rangos de edad que van de cuatro en cuatro.

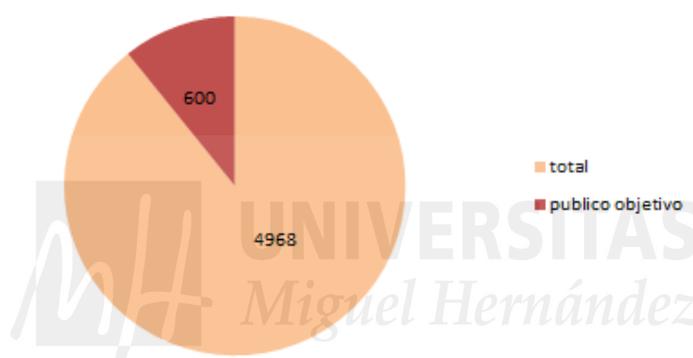
Tabla 3: Padrón municipal Los Montesinos.

RANGOS DE EDAD	0-4	5-9	10-14	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80-84	85-89	90-94	95-99	100
TOTAL	215	220	243	260	247	232	279	330	357	380	389	378	296	299	395	225	122	67	24	10	0
HOMBRES	93	113	140	137	126	126	135	150	196	183	201	196	153	141	198	129	64	32	4	3	0
MUJERES	122	107	103	123	121	106	144	180	161	197	188	182	143	158	197	96	58	35	20	7	0

Fuente: Diputación de Alicante, 2020.

Según esta información nuestro público objetivo está comprendido entre los rangos de cinco años a nueve, de diez a catorce y de quince a diecinueve. Estos representan un total de los 600 habitantes, el 12,08% porcentaje de la población.

Gráfica 2: Población total de Los Montesinos y público objetivo.



Fuente: elaboración propia.

El hecho de que estos habitantes sean en los que nos vamos a enfocar como público objetivo es porque representan aquellos habitantes que están en el tramo de realizar los estudios de primaria secundaria y bachillerato, estos rangos son en los que la academia se va a centrar y poder ayudar a los alumnos en todo lo posible para que puedan llegar a alcanzar los objetivos fijados al final de cada curso académico.

Económicas: Con esta variable, vamos a estudiar la situación actual que sufre la economía española. En la actualidad, tomando como referencia el Producto Interior Bruto de España, que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país en un periodo de tiempo determinado, se puede afirmar que España a fecha del 2019 presenta una tendencia creciente.

Tabla 4: PIB anual España.

Evolución: PIB anual España		
Fecha	PIB anual	Var. PIB (%)
2020	1.121.698M.€	-10,8%
2019	1.244.772M.€	2,0%
2018	1.204.241M.€	2,4%
2017	1.161.867M.€	3,0%
2016	1.113.840M.€	3,0%
2015	1.077.590M.€	3,8%
2014	1.032.158M.€	1,4%
2013	1.020.348M.€	-1,4%
2012	1.031.099M.€	-3,0%
2011	1.063.763M.€	-0,8%
2010	1.072.709M.€	0,2%
2009	1.069.323M.€	-3,8%
2008	1.109.541M.€	0,9%
2007	1.075.539M.€	3,6%
2006	1.003.823M.€	4,1%
2005	927.357M.€	3,7%
2004	859.437M.€	3,1%

Fuente: Datosmacro.com, 2020.

Si comentamos los datos de esta tabla se puede ver como del 2003 hasta el 2008 el PIB anual en España se incrementaba gradualmente, hasta el año 2008 que se vio interrumpido por la gran crisis económica que perjudicó a España y esto ocasionó que desde el 2008 hasta el 2013 la cantidad anual fuese decreciente llegando a alcanzar los 1.020.348M de euros. Desde entonces, el país está en crecimiento económico, cerrando los datos con un PIB en el 2019 de 1.244.757M de euros.

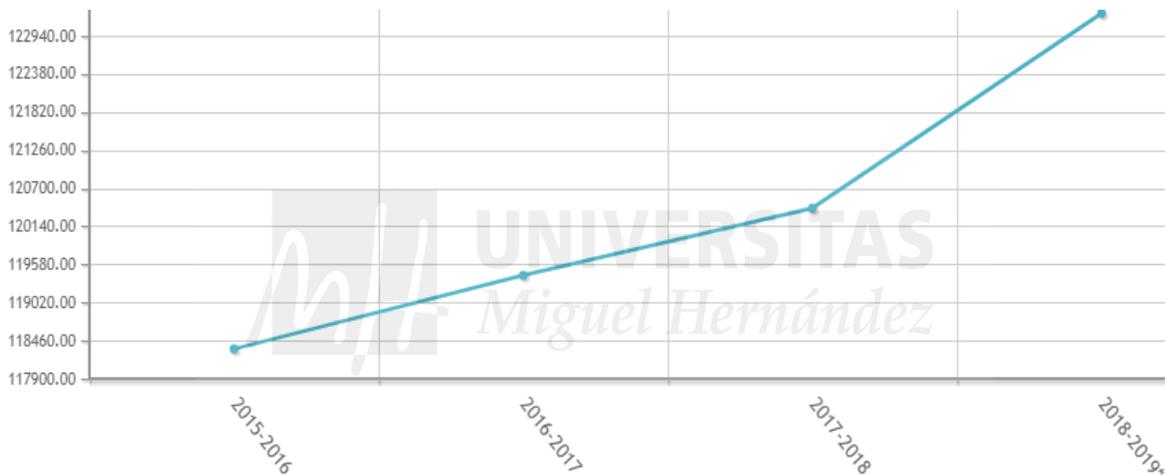
Esta bajada del PIB en España durante el 2008, provocó a su vez una subida en los números de personas desempleadas.

Socioculturales:

A día de hoy, los estudiantes deben ampliar sus conocimientos lo máximo posible ya que, hay muchas personas muy bien formadas y con un amplio nivel de conocimientos.

Si comentamos el gráfico sobre el número de estudiantes que se matriculan en la Comunidad Valenciana en algún grado universitario podemos ver cómo, el número de alumnos cada vez deciden aumentar sus conocimientos y acabar teniendo una carrera universitaria. Como vemos en del 2015 al 2019, el número de matriculados ha aumentado en 4931 estudiante.

Gráfica 3: Total centros, Comunitat Valenciana, ambos sexos, total ámbitos.



Fuente: Ministerio de Educación y Formación Profesional, 2019.

De este modo, podemos ver una oportunidad de negocio para la academia, dado el interés por parte de los jóvenes y de los padres para que sus hijos puedan llegar a obtener unos buenos conocimientos, alcanzando el nivel académico y los objetivos que deseen.

Legales y políticos:

La política está muy presente en la educación. La alternancia de poder de los diferentes partidos políticos ha ido provocando a lo largo de los años cambios que han perjudicado o mejorado el sistema educativo.

Tecnología:

La tecnología está muy presente en nuestro día a día, en la mayoría de los centros académicos se ha incorporado algún aparato electrónico, para ayudar a mejorar la educación, aportando una serie de beneficios que ayudan a mejorar la eficiencia y el rendimiento en las aulas, además de aumentar el interés de los estudiantes en las diferentes actividades académicas, y no solo a los estudiantes, también a los profesores ya que les permite facilitar su trabajo.

El uso de la tecnología facilita la comprensión, ya que al usar aparatos electrónicos aumenta la motivación y hace que los estudiantes mantengan un nivel de atención mayor. También mejora el trabajo en equipo, ya que genera interacción entre los alumnos.

Las plataformas educativas y las redes sociales ayudan a que los estudiantes se comuniquen con sus compañeros, ya sea de modo presencial o virtual, sin dejar de lado el hecho de encontrarse en un lugar físico. Otra de las ventajas que tienen, es que el mismo estudiante puede utilizar libros electrónicos e interactivos para realizar sus actividades.

Esto le sirve de ayuda en caso de que en un momento determinado no disponga del libro físico.

Además, la presencia electrónica en las aulas es más común, ya que están cambiando las pizarras antiguas por pizarras electrónicas, las cuales necesitan de un proyector para su funcionamiento, permitiendo al profesorado tener una mayor dinámica con el alumnado en todo momento.

Medio ambiente:

Esta última variable está relacionada con la anterior, ya que al disminuir el uso de papel favorecerá la mejora de este.

La reducción de papel para la fabricación de libro y para la realización de ejercicios, se está sustituyendo por la implantación de ordenadores o tabletas, esto permite que tengan los libros en sus dispositivos y sólo tengan que llevar a clase, su aparato electrónico, favoreciendo la reducción de pesos que les supondría llevar todos los libros diariamente a clase.

Puede parecer un mayor gasto al principio, pero si debe considerarse como una inversión, ya que a la larga el costo de los libros será menor y se ahorrarán los costos de los folios, lápices, libretas, etc.

3.2.2. ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Pasaremos a analizar los factores que pueden afectar a nuestra empresa de manera directa, los cuales pueden estar influenciados por la propia empresa a través de medidas de control, por tanto, lo realizaremos mediante la creación de un análisis mediante las 5 fuerzas de PORTER.

Los factores que vamos a analizar son los que están más cercanos a la empresa. Esto nos permitirá conocer a la competencia que tendremos en el sector que operamos. Así, podemos realizar un análisis con el objetivo de hacer frente a la situación.

Poder de negociación de los clientes

En este momento, en Los Montesinos contamos con solo una academia de repaso únicamente. Por lo que la apertura de nuestra academia podría suponer que cualquier cliente que no estuviese muy contento con el servicio podría cambiarse a nuestra academia, ya que hasta ahora solo había una, por lo cual, la gente que no dispone de vehículo o tiempo para llevar a sus hijos a academias de otros pueblos tenía que llevarlos sin opción a eso y no podían elegir otra.

Por otro lado, debido al avance en cuanto a los idiomas, algunos estudiantes deciden ampliar sus horas de estudio, por ello, nuestra academia a diferencia de la que ya hay, dispone de un servicio de clases para el estudio de esta materia con un profesor con estudios en ello, con el cual, el aprendizaje sería aún mayor.

Poder de negociación de los proveedores

Dado a la actividad que comprende el negocio a emprender, se puede hablar de un nivel de proveedores bastante bajo, los cuales pueden ser sustituidos fácilmente. La academia de repaso hará uso de los proveedores de manera esporádica cuando crea conveniente comprar material para impartir las clases.

Otro tipo de proveedores que debe de tener en cuenta serán los proveedores del propio servicio, en este caso los profesores. La academia contratará 3 profesores, dos de ellas, seremos las socias, y contrataremos a un profesor.

Así pues, la academia se puede decir que no tendría una fuerte dependencia con ningún proveedor, como podría existir en otros sectores como una carnicería, pescadería, supermercados, etc.

Por los que el poder de negocios con los proveedores es bajo.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

En este apartado hablaremos de las barreras a las que tendría que hacer frente un nuevo competidor si decidiera entrar a competir con las dos academias en el mercado. Cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza.

La entrada de nuevos competidores depende del atractivo de la industria y de la facilidad o dificultad de acceso a la misma, mediante barreras de entrada y la reacción de los competidores existentes en el sector.

La entrada de nuevos competidores al sector puede provocar una amenaza, ya que pueden copiar el servicio de los ya existentes e incluir nuevas novedades que hacen más atractivo su servicio.

La eficiencia de las barreras de entrada depende de los recursos y capacidades que tengan los nuevos competidores.

Amenazas de productos sustitutivos

En este caso hablaríamos de servicios sustitutivos, los cuales, serían los que satisfacen las mismas necesidades que los servicios procedentes de las academias, como podría ser las clases particulares, en las que un profesor va exclusivamente a las casas de los estudiantes.

Dos herramientas mediante las cuales las academias pueden hacer uso para combatir esta clase de servicios sustitutivos son la calidad del servicio y el precio. El cliente siempre va a preferir el servicio con mayor calidad y un precio más reducido.

Para intentar abarcar una cuota de mercado más amplia, poder diferenciarnos un poco más de la competencia y reducir los servicios sustitutivos, ofreceremos clases individuales, en las que sólo esté el alumno con el profesor que le imparte la materia.

Rivalidad entre los competidores.

La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector, es decir, cuantos más competidores existan, es más probable que haya menor rentabilidad, por el contrario, habrá más rivalidad en aquellos sectores donde el número de empresas competidoras sea más reducido.

En el sector en el que nos movemos, la apertura de nuestro local, presenta barreras de entrada pos existente, lo cual permite el acceso a muchas empresas competidoras.

En este caso, al tratarse de un pueblo pequeño, no hay muchas empresas que puedan ser nuestros competidores, como ya hemos comentado, sólo tenemos un competidor directo.

Con la apertura de nuestra empresa no sólo tendríamos que captar clientes, sino que también mantenerlos.

A modo conclusión, podemos decir que la apertura de la academia solo posee un competidor de manera directa, pero con un público fiel, esto nos va a exigir mucho esfuerzo para poder llevar nuestro propio posicionamiento en el mercado, con unos clientes estables.

Competencia directa

Ahora vamos a pasar a comentar y analizar los servicios que ofrecen las mismas o similares características que nuestra academia, y que por tanto van a actuar como empresas competidoras, con el objetivo de averiguar más a fondo las empresas competidoras de los mismos mercados.

El principal factor para considerar que sea una empresa competencia directa es la proximidad geográfica, es decir, aquellas academias que se encuentren dentro del pueblo de Los Montesinos.

En nuestro caso, sólo tenemos una empresa competidoras que será la que vamos a pasar a analizar más en profundidad.

Academia Alicia villa

Se trata de una academia de repaso situada en la calle Nuestra Señora de Loreto número 6, Los Montesinos (Alicante). Esta academia ofrece un servicio de enseñanza para un amplio número de estudiantes.

Las clases son en grupo, entre 7 y 10 alumnos. Suele impartir clases de una hora, e imparte clases de todas las materias, matemáticas, lengua, historia...etc.

En esta academia cuentan con dos profesoras, una de ellas es licenciada en literatura universal, y la otra profesora, tienen el grado de magisterio en primaria.

Imparten clases tanto a niños de primaria, secundaria y bachillerato, clases de lunes a viernes por las tardes.

En cuanto al precio, una hora de servicio es de 8 euros, cuyo recibo se ha de pagar la primera semana de cada mes.

A modo de conclusión, se trata de una academia de repaso bien ubicada, ya que se encuentra en una de las calles principales del municipio, y muy cerca del colegio, otro punto fuerte es el tiempo que lleva la academia en el pueblo de Los Montesinos, esto hace que tenga un público muy definido y fiel. Uno de los inconvenientes que presenta, es que al ser solo dos profesoras tienen que agrupar a los alumnos en grupos grandes.

El precio es relativamente elevado, si lo comparamos con el precio que va a tener nuestra academia, ya que va a ser más reducido y acorde a la situación con la que estamos viviendo, para intentar que cualquier familia pueda llevar a sus hijos si necesitan esa ayuda extra.

3.2.3. MATRIZ DAFO

Seguidamente vamos a realizar un análisis específico de la empresa, comenzaremos elaborando un DAFO. De esta manera estudiaremos el proyecto de

empresa de manera externa mediante las amenazas, las oportunidades y las características internas, así como las debilidades y fortalezas.

Con esta elaboración se pretende conocer la estrategia competitiva que debe seguir la empresa con el objetivo de maximizar sus beneficios a partir de sus ventajas competitivas.

Fortalezas:

- Buena ubicación: La academia se encontrará situada en la Avenida del Mar, calle principal en el municipio de Los Montesinos, lo cual, nos permitirá que tenga una buena visibilidad y podremos captar nuevos clientes de la zona.
- Profesorado cualificado: Todos nuestros profesores tendrán su titulación y la experiencia suficiente para poder tratar e impartir las clases con una buena profesionalidad y de la mejor manera para que el alumnado aprenda lo máximo posible.
- Nuevas instalaciones: Se ha observado que la competencia tiene unas instalaciones anticuadas, por tanto, nuestra empresa contaría con cierta ventaja, ya que va a realizar una amplia inversión en acondicionar el local de manera actual.

Debilidades:

- Empresa de nueva creación: Se trata de una empresa joven en el mercado, sin ningún año de experiencia, por tanto, no cuenta con un gran prestigio que pueda provocar confianza necesaria para captar nuevos clientes.
- Sin clientes consolidados: Se debe tratar de conseguir ofrecer un buen servicio a los clientes para conseguir fidelidad, y poder ir ganando prestigio en la academia y atraer una mayor cuota de mercado. Va a ser una tarea de gran dificultad atraer los clientes consolidados de la empresa rival, por lo que la estrategia a seguir

deberá tener el objetivo de conseguir clientes nuevos o aquellos que han resultado descontentos con el servicio de la competencia.

- Inversión inicial: La apertura de la academia supone unos costes elevados asociados al pago del alquiler del local donde se ubique la academia, además del acondicionamiento y el propio personal del centro.
- Centro único: La inversión de capital inicial dificulta la apertura de más de un centro, por lo que al principio el negocio estará limitado a ofrecer su servicio únicamente en el pueblo de los Montesinos.

Oportunidades:

- Necesidad de una buena formación: En la actualidad es imprescindible una buena base académica para el desarrollo de la vida profesional. Para aspirar a un buen puesto de trabajo es necesario el desarrollo de las habilidades desde edades tempranas.



Amenazas:

- Reducido número de habitantes: El pueblo de Los Montesinos no cuenta con un número muy amplio de habitantes, y solamente el 12% aproximadamente corresponde a los habitantes que están dentro de nuestro rango en cuanto a la edad.
- La situación económica de las familias: En la actualidad, nos encontramos con una pandemia a nivel mundial, lo que se estima que lleve a una crisis económica, este hecho hará que las familias no lleven a sus hijos a clases particulares, y ese dinero se invertirá en recursos básicos para las familias.

A continuación, se muestra el resumen del estudio tanto interno como externo de la empresa. Se enumeran las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, el cual, se debe utilizar para sacar el máximo partido a nuestra empresa intentar intensificar las fortalezas y oportunidades y rebajar las debilidades y las amenazas. Al tratarse de una

empresa de nueva creación tendremos que diferenciarnos de la competencia mediante la utilización de nuevas técnicas que capten la atención de nuestro público.

Tabla 5: Resumen DAFO.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> -Buena ubicación -Profesorado cualificado -Nuevas instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> -Empresa de nueva creación -No clientes consolidados -Inversión inicial -Centro único
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> -Necesidad de una buena formación 	<ul style="list-style-type: none"> -Reducido número de habitantes -La situación económica de las familias

Fuente: Elaboración propia, 2021.

4. PLAN DE MARKETING

Vamos a pasar a analizar el plan de marketing que elaboraremos para nuestra empresa. Se conoce como marketing mix al estudio de estrategias de aspectos internos, la cual es desarrollada por las empresas para analizar cuatro variables importantes dentro de la misma, que son: el precio, distribución, producto y promoción.

También, tenemos que tener presente tanto al público objetivo y a la competencia, ya que son dos variables elementales en cuanto al microentorno. Al público objetivo hay que saber comunicarle los beneficios de los productos basándose en la satisfacción de sus deseos y necesidades.

En cuanto a la competencia debemos transmitir las fortalezas propias y destacar indirectamente las debilidades de las competencias rivales.

El diseño de las estrategias de marketing se ha centrado tradicionalmente en cuatro elementos del negocio: producto, precio, promoción y distribución.

En cuanto al producto, nuestra empresa ofrecerá un servicio tradicional, que es el de ofrecer clases particulares y grupales.

El precio que estableceremos es muy parecido al de nuestra competencia, lo que nos diferencia, es que nuestras clases no contarán con muchos números de estudiantes, para poder dar un servicio muy centrado en nuestros alumnos, incorporando la tecnología en todo lo que sea posible, ya que en la actualidad esta está muy presente, lo cual, captaremos a un segmento de la población de edad baja. Analizando la promoción que daremos, lo haremos gracias a las redes sociales.

En cuanto a la distribución, para ofrecer un mejor servicio a los clientes y debido a la pandemia que estamos viviendo, podrán recibir un servicio de clases online o presenciales.

4.1 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y OBJETIVO DE MERCADO

El posicionamiento comienza con un producto que puede ser un artículo, un servicio, una compañía, una institución e incluso una persona. El posicionamiento no se refiere al producto, sino a lo que se hace con la mente de los probables clientes; o sea, cómo se ubica el nombre del servicio en la mente de éstos, es el trabajo inicial de meterse a la mente del consumidor con una idea.

No es adecuado llamar o calificar el “posicionamiento del producto”, como se le hiciera algo al producto en sí, sino como afirmamos en el párrafo anterior, se trata, si cabe la expresión, del alojamiento en la mente del individuo, con el nombre, la imagen y la figura del servicio.

4.2. POLÍTICA DE PRODUCTO O SERVICIO

La academia propone crear un lugar donde los clientes puedan sentirse satisfechos con nuestro servicio, establecer una confianza con nuestros alumnos, que se sientan como en su casa, y por supuesto, que consigan alcanzar todos los objetivos que se les proponen con nuestra ayuda.

Además, el servicio que ofrece la academia está dirigido para alumnos de primaria, secundaria y bachillerato, ya que estamos cualificados para poder ejercer este servicio de la mejor manera posible.

En cuanto al sistema de realizar las clases online es porque muchos alumnos ahora mismo les pueden confinar en su casa durante un periodo de 10 días ya que con la pandemia es lo que se ha estipulado, por eso, hemos pensado que es una opción establecer este sistema, para que desde su casa podamos ayudarles en todo lo que necesiten. O también para aquellos alumnos que no estén confinados, pero por diversos motivos no quiera juntarse con otros alumnos en la misma aula podrán disfrutar de este servicio.

Además de ofrecer a los clientes servicios de alta calidad, también se brindará una experiencia positiva, la misma que se alcanzará a través del cumplimiento de las expectativas de nuestros clientes.

4.3. POLÍTICA DE PRECIOS

Hemos fijado un precio que además de aportar beneficios sea aceptado por el mercado.

Para determinar este precio del servicio hay que tener en cuenta entre otros aspectos, los costes directos del servicio, costes salariales, costes generales y el precio de los competidores entre otros.

Entre las estrategias de fijación de precio podemos considerar:

- Precios más altos que la competencia
- Precios bajos de salida
- Precios disuasorios
- Reducción promocional

- Precios similares a la competencia

Tras considerar las ventajas e inconvenientes de todas las opciones propuestas hemos optado por establecer unos precios similares a la competencia ya que intentando ofrecer un servicio mejor que nuestra competencia si establecemos unos precios más altos, con la situación que hay en la actualidad se irán a los servicios de la competencia, que tengan unos precios inferiores a los nuestros.

Si fijamos unos precios superiores a los de la competencia, es este momento en el que el número de personas desempleadas ha aumentado, las familias que necesiten que sus hijos además de lo explicado en el colegio, se les refuercen los conocimientos, optaran por el lugar en el que la cuota mensual sea menos elevada.

4.4. FUENTE DE VENTAS

En cuanto a la venta del servicio uno de los principales métodos es el de boca-oído, ya que, si un cliente está satisfecho tanto con el trato como con el servicio dado, se irá corriendo la voz y esto hará que pueda aumentar nuestro público, ya que al tratarse de una academia, tanto el servicio como el trato, es muy importante.

Otra medida que también podemos aplicar es poner carteles promocionándonos en la puerta de los colegios e institutos, de esta manera, personas que no sepan a dónde acudir puedan ver las ofertas y servicios que implantamos.

Además, otro de los canales de distribución que se van a utilizar son las redes sociales, como nuestra página web, Facebook, Instagram y Twitter, ya que los jóvenes las usan a diario, pudiendo ver y compartir todas las publicaciones que hagamos con el objetivo de ganar más visualizaciones y poder aumentar el número de clientes. Siempre intentaremos estar los más presentes en las redes sociales para que vean que estamos actualizados y al día.

4.5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

La academia se comunicará mediante publicidad a través de las redes sociales. E iremos actualizando la información de nuestras ofertas y horarios.

Como ya hemos dicho anteriormente, las redes sociales que vamos a utilizar son las siguientes:

Facebook: es una red social y una herramienta muy poderosa para el marketing digital, los beneficios que pueden aportar a la empresa son: el contacto directo con los clientes actuales, potenciales y futuros, ayuda para la gestión de la imagen de la empresa, generación de tráfico, puesto que tiene gran capacidad para generar tráfico hacia la página web, además el canal afectivo que genera esta red social es importante, porque permite la cercanía de la empresa hacia los clientes con gran capacidad de comunicación emocional, aparte, brinda las estadísticas para monitorear que está sucediendo con los visitantes de la página.

Twitter: es una red social que permite publicar mensajes en tiempo real, pero cada mensaje tiene como máximo 140 caracteres. Los beneficios que puede aportar a la empresa son redes sociales alrededor de la marca, publicar información de interés para los clientes, probabilidad de anunciar eventos, monitorear a la competencia, conocer la opinión de la gente e identificar los ataques de reputación, además permite mejorar la atención al cliente, detectar tendencias de mercado, comunicar ofertas e identificar a los líderes de opinión.

Instagram: es una red social visual que permite a los usuarios compartir imágenes tomadas de un teléfono móvil con otras personas de la comunidad. Los beneficios que esta red social aporta a la empresa es la cercanía, ya que permitirá mostrar el lado humano de la empresa y las fotos llamativas que esta ponga en su cuenta.

4.6. SISTEMA DE INFORMACIÓN Y CONTROL DE MARKETING

Además de comunicar los servicios que ofrece nuestra academia es necesario saber si lo estamos haciendo bien, y para ello, establecemos mecanismos de control de marketing.

Controlando las acciones de marketing conseguimos medir los resultados y el grado de cumplimiento de los objetivos planteados inicialmente. En segundo lugar, podremos establecer las medidas correctas necesarias en caso de que no coincidan los objetivos y los resultados.

Con el fin de establecer un control efectivo de marketing tendremos que recopilar la información sobre la mejora de nuestros alumnos y si les ha ido mejor una vez hayan venido a nuestra academia. También realizaremos un estudio de todos nuestros alumnos cada vez que acaben un trimestre para analizar si nuestro trabajo se ha realizado correctamente, y poder mejorar aquellos puntos en los que no hemos conseguido los objetivos planteados, y poder ver qué medidas o técnicas de estudios le van mejor a nuestros clientes, además, a final de trimestre le pasaremos un cuestionario a todos nuestros alumnos, para ver su punto de vista y si podemos mejorar algunos aspectos para que ellos se sientan mejor, o poder cambiar, y mejor aspectos que a ellos no les funcionen o no les gusten.

4.7. SISTEMAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción del cliente es el resultado de la comparación que se realiza entre las expectativas previas del cliente puestas en los productos o servicios, y en la imagen de la empresa, con respecto al valor percibido al finalizar la relación comercial.

Para la empresa es muy importante conocer la opinión de sus clientes, ya que posteriormente nos permitirá establecer acciones y estrategias de mejora en nuestra organización. Por el contrario, las quejas de los clientes son un claro indicador de la insatisfacción. En el caso de ausencia de las quejas, la insatisfacción podría ser debida a una mala gestión de la comunicación entre la empresa y los clientes, o a que las quejas no se registren de forma adecuada.

En resumen, el grado de satisfacción del cliente puede definirse mediante el valor percibido y las expectativas propias de los compradores.

El valor percibido es el valor que el cliente obtiene a través de la utilización del producto o servicio que adquirió. Este valor lo determina el cliente y depende de sus razonamientos, del estado de ánimo, y de las influencias de otras personas, por lo cual, resulta complicado obtener el valor percibido de los clientes. Las expectativas, en cambio, conforman las esperanzas que los clientes tienen de conseguir algo, y pueden estar condicionadas por las promesas que hacen la empresa en cuanto a los beneficios que aportan los productos y servicios, las experiencias de compras anteriores, las opiniones de otras personas, etc.

De la empresa depende el nivel correcto de expectativas, ya que las expectativas demasiado bajas no atraen suficientes clientes; pero las expectativas demasiado altas generan clientes decepcionados. Hay que tener en cuenta que la disminución de la satisfacción del cliente no siempre está asociada a una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente.

Las posibles acciones para alcanzar la satisfacción de los clientes pueden ser las siguientes:

- Crear una experiencia positiva para los clientes a la hora de prestar el servicio.
- Transmitir claramente los conocimientos de interés para el cliente acerca de las características del propio servicio.
- Aprender todo lo posible acerca de los clientes para enfocar el servicio a sus necesidades.
- Tratar a los clientes con respeto mediante cualquier canal de comunicación.
- Tratar con rapidez las comunicaciones y la toma de decisiones para no hacer esperar a un cliente.
- Dar a los clientes lo prometido para no generar la pérdida de credibilidad y de clientes.

5. PLAN DE OPERACIONES

5.1. ESTRATEGIA DE OPERACIONES

A continuación, vamos a analizar los cuatro factores que influyen sobre el plan de operaciones. Es decir, vamos a hablar de:

1. El coste.
2. La calidad.
3. Las entradas y salidas.
4. La flexibilidad.

1. Coste: Uno de los costes de producción serán los costes incurridos tras la realización del pedido (material escolar, costes del personal, costes de suministros

energéticos). Por otro lado, estarán los costes en los que se deberá incurrir que son aquellos relacionados con los costes de maquinaria (fotocopiadoras, ordenadores, etc...), y gastos generales (administrativos, de gestión, financieros, etc...). Todos estos costes se detallarán minuciosamente.

Además, cada coste se encontrará detallado en el Plan Económico-Financiero.

2. Calidad: La calidad respecto al servicio se encuentra detallada previamente en el plan de marketing y, más concretamente, en la política de producto donde se especifica que deben cumplir ciertos requisitos de calidad, para luego ser vendidos a los consumidores. En lo referente a los servicios que nuestra academia ofrece, garantizar la calidad de los mismos y que no se produzca imprevisto alguno por mala atención.

3. Las entradas y salidas: Todos los servicios realizados suelen tener una hora, aunque siempre que se desee, se podrá acomodar a las necesidades de los clientes, desde que el alumno entra a la academia, se empieza a trabajar con él en todo lo que necesite o tenga que hacer, hasta que se cumpla la hora. Unos minutos antes, el alumno tendrá que comenzar a recoger, para garantizar que el otro grupo que entre a continuación, pueda empezar puntual en su horario, permitiendo así, que no existan retrasos en los grupos posteriores.

4. Flexibilidad: El servicio de clases online que vamos a ofrecer, incluye una cierta flexibilidad. Permite que aquellos alumnos que no vivan en el mismo municipio donde se encuentra la academia y necesiten que alguien los traiga, puedan disponer de la opción de tener una clase online, sin tener que desplazarse. Teniendo en cuenta además la situación actual con respecto a la pandemia y dado que se producen contagios en el colegio que pueden hacer que los alumnos deban permanecer en casa en cuarentena, este método de clases online permite poder ayudarles desde casa, sin tener que salir.

5.2. DESCRIPCIÓN DE UN PROCESO PRODUCTIVO

Como nuestro negocio no está enfocado a la manufacturación de productos, sino que se basa en ofrecer un servicio, carecemos de un proceso productivo.

5.3. PLANIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

En nuestro caso, al no tratarse de una empresa cuya actividad está dedicada a las manufacturas, no llevamos a cabo una planificación de la fabricación.

5.3.1. CAPACIDAD PRODUCTIVA

Al no ser una empresa fabril carecemos de elaborar producciones o capacidades de producción.

5.3.2. APROVISIONAMIENTO

Los aprovisionamientos no van a ser un punto clave en el funcionamiento de la empresa, puesto que nuestro servicio de academia solo va a demandar la compra de productos de papelería. En consecuencia, en el municipio de Los Montesinos, lugar donde se va a posicionar nuestro negocio, hemos analizado con posterioridad la proximidad de los mercados que puedan abastecernos, así como los demás proveedores que se encuentren por la zona.

Principalmente, buscaremos aquellos distribuidores que puedan servirnos con las materias que necesitamos. En referencia a los proveedores, buscaremos compañías que ofrezcan una capacidad de respuesta rápida; pero que sus productos sean de calidad.

En lo que respecta a la provisión de materias, se harán los pedidos cuando sea necesario, ya que nuestra empresa no va a tener que hacer pedidos diariamente, estos se harán, cuando sea necesario y compraremos siempre algo más de material que podrá ser almacenado, de esta manera haremos solo un pedido mensual o cada dos meses con todo lo que haga falta, eso nos permitirá ahorrar dinero, ya que al hacer pedidos grandes siempre sale más económico y también nos permitirá ahorrar tiempo, ya que solo dedicaremos una tarde al mes ver qué cosas nos hacen falta para nunca quedarnos sin material.

En cuanto al material de limpieza y otros derivados, recurriremos a proveedores mayoristas, puesto que el aprovisionamiento se realizará en períodos más espaciados en el tiempo.

5.4. INFRAESTRUCTURAS/ INSTALACIONES

En cuanto a los requisitos que buscamos para alquilar el local donde vamos a abrir la academia, son los siguientes; tender que ser un espacio amplio. La infraestructura exterior e interior bien cuidadas y en un buen posicionamiento geográfico. Entre las varias opciones que tuvimos, la única que nos resultó interesante fue la de la calle Avenida del Mar. Pudimos observar, que se trataba de una calle en la cual hay una gran afluencia de personas, por lo que era un indicativo claro de que ese podría ser el lugar idóneo. Otra de las ventajas que tenía era que se encontraba cercana al colegio. Dicho detalle fue clave para alquilar el local, ya que el negocio que pretendemos abrir esta estrechamente relacionado con la enseñanza que se recibe en los colegios.

La academia se encuentra situada como ya hemos dicho en la Avenida del Mar, calle principal del municipio de Los Montesinos, donde la afluencia es bastante abundante. El establecimiento tiene una capacidad total de 50 personas, pero nosotros distribuiremos las clases para que como mucho haya un total de 10 personas por grupo y hora.

Las instalaciones se componen de 3 aulas, un recibidor, aseos y un pequeño lugar para almacenar todo el material de papelería. El modo de adquisición del local será a través de un alquiler del local por parte de los socios, los cuales aportarán la mitad cada uno todos los meses.

Entre la maquinaria que emplearemos para desarrollar nuestra actividad y que compraremos, destaca:

- Ordenadores
- Impresoras
- Pizarras

Todo este tipo de maquinaria nombrada fue adquirida mediante la compra de ellas a parte igual por los socios del negocio.

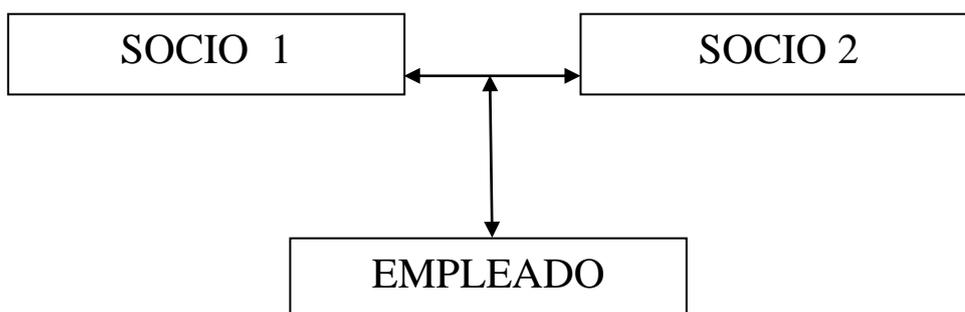
6. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RRHH

6.1. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La empresa se constituirá con dos socios responsables de la academia. Éstos también serán los encargados del proceso de selección de personal y del contacto con los proveedores.

Empezaremos con la siguiente estructura organizativa, que se muestra en el siguiente organigrama:

Figura 1: Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

La elección del personal de la academia se llevará a cabo a través de un proceso de selección. Para ello, solicitaremos a los interesados en la obtención de los diferentes puestos de trabajo, que nos faciliten su currículum vitae, ya sea por correo electrónico o bien, lo podrán presentar físicamente en la academia. A continuación, lo que haremos será seleccionar los 3 candidatos que mejor se adecúen a nuestros requerimientos, los cuales son: tener el grado de magisterio o estudios que los capaciten para poder ofrecer este servicio y, también, tener un nivel de inglés alto, ya que el candidato que seleccionemos será el encargado de dar clase a los alumnos que vengan porque necesiten mejorar, reforzar, o ampliar el inglés.

Una vez nombrados todos los requisitos, pasaremos al proceso de selección del personal. Para ello, se llevará a cabo una entrevista grupal, que consistirá en una historia narrada y diferentes objetos que puedan emplearse en la misma como mecanismos para poder sobrevivir. En ella, se observará la capacidad de tomar decisiones de los candidatos, así como también, su posible comportamiento o reacción de cómo podrían solventar algún tipo de problema que pueda presentarse en un futuro. A continuación, cada uno de los candidatos será entrevistado personalmente, y se le realizará una serie de cuestiones referentes a su vida personal, laboral o familiar. Ahora, una vez realizado

todo este procedimiento, a aquellos candidatos potenciales que hayan encarecido en nuestros requerimientos nombrados anteriormente, los contactaremos vía email o teléfono, informándoles que cumplen los requisitos para trabajar con nosotros.

Para periodos estacionales en los que la plantilla pueda verse desbordada por tanta clientela, no se descarta la opción de que podamos contratar a algún trabajador adicional que pueda suscitar la excesiva demanda en nuestra academia. A dicho posible trabajador, se le realizará un contrato por horas.

Además, la academia contará con un asesor externo, que llevará todo el tema laboral, fiscal y la contabilidad de la academia.

6.2. RETRIBUCIÓN

Los salarios de los trabajadores serán un poco más altos que los fijados por convenio.

Como ya hemos comentado anteriormente en la academia vamos a ser tres, las dos socias y el profesor especializado en inglés.

El salario bruto anual de las dos socias va a ser el mismo, ya que ambas van a trabajar las mismas horas, el salario bruto del trabajador contratado será menor, ya que como también hemos dicho antes estará contratado menos horas.

Por tanto las cantidades de dinero serán las siguientes:

- Los socios recibirán un salario bruto anual de 14.400 euros anuales.
- El empleado recibirá un salario bruto anual de 10.800 euros anuales.

Suponiendo un gasto total de 42.905 euros al año teniendo en cuenta que por el trabajador contratado tenemos que asumir los gastos a la seguridad social, la retribución del IRPF anual, el salario líquido anual, y la seguridad social de la empresa anual.

6.3. POLÍTICA DE MOTIVACIÓN

Las personas necesitan sentirse apreciadas y valoradas, y que sus esfuerzos sean suficientemente reconocidos. Es importante que los puestos de trabajo se perciban como espacios seguros y agradables, esto repercutirá positivamente en el negocio.

A continuación, presentaremos las políticas de motivación que adoptará nuestro negocio:

- Establecer mecanismos de participación directa, es decir, que los empleados puedan sugerir ideas nuevas y se sientan integrados en la toma de decisiones de la empresa.
- Proponer retos para que así los trabajadores muestren su valía, estos irán acompañados de algún tipo de incentivo económico.
- Facilitar y promover la formación constante de los trabajadores, esto nos dará una mayor calidad de servicio y los empleados serán más capaces y tendrán una mayor autoestima.
- Crearemos un ambiente libre para que la comunicación entre el empleado y las socias fluya, que nos comuniquen sus dudas y los problemas que han tenido durante la semana, esto se hará a través de reuniones.

6.4. SEGURIDAD E HIGIENE

En nuestra empresa este tema será excesivamente primordial e importante, y más ahora que nos encontramos en una situación de pandemia, y teniendo en cuenta que a lo largo del día pasan muchas personas por la academia.

Algunas de las medidas que adoptaremos para prevenir accidentes y mantener la higiene en el trabajo serán las siguientes:

- Al entrar a la academia habrá que desinfectarse las manos con gel hidroalcohólico y se tomará la temperatura del alumnado.
- Al finalizar la clase se procederá a limpiar tanto las mesas como las sillas que han sido utilizadas por los anteriores alumnos, una vez finalizado el día, será limpiada toda la academia y desinfectada.

- Mantener la ventilación periódica en las instalaciones, para evitar concentraciones de bacterias y virus.
- Controlar la limpieza de papeleras y la disponibilidad de jabón, papel de secado de manos y gel hidroalcohólico.
- Controlar que la distancia que haya entre alumnos sea la máxima posible, por lo menos de 1,5 m de distancia siempre que se pueda respetar.
- El uso de la mascarilla es obligatorio para poder entrar en la academia, los únicos que van a poder estar exentos son los niños más pequeños y aquellos que por diversas circunstancias justifiquen que, por motivos médicos no es aconsejable su uso.
- A la hora de entrar a la academia, se hará de manera escalonada, para evitar acumulación de gente y que se relacionen alumnos de diferentes grupos. El horario de entrada ya se les comunicará a los alumnos.
- En la entrada a la academia cada grupo de estudiantes sabrá donde tendrá que esperar a su profesor para poder entrar, y a la hora de entrar deberán estar todo el grupo completo para evitar que el profesor tenga que estar entrando y saliendo a por los alumnos.

7. FORMA JURÍDICA Y AGENDA DE CONSTRUCCIÓN

Una de las decisiones más importantes que hemos tenido que tomar para la creación de nuestra empresa, es la forma jurídica, por ello, hemos acudido a un especialista para que nos asesore en la constitución y trámites necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

7.1. FORMA JURÍDICA DEL NEGOCIO

Los emprendedores han optado por constituir una Sociedad Limitada para el desarrollo de la actividad. A la hora de la elección se tuvieron en cuenta los siguientes factores:

- El capital social necesario exigido por Ley es de 3.000 euros.
- Posibilidad de controlar el acceso a la condición de socio.
- Simplificación de requisitos formales para modificar estatutarias.
- Aportaciones no dinerarias: no es perceptivo el informe del experto independiente sobre la valoración de los bienes aportados.

- Posibilidad de vincular la condición de socio al cumplimiento de prestaciones accesorias.

En definitiva, permiten un mayor control de la condición de socio, otorgando un mayor carácter personalista que implica la no necesidad de muchas de las garantías que las S.A. establecen para salvaguardar los derechos de los accionistas.

La puesta en marcha del proyecto tan sólo supondrá la solicitud de las correspondientes licencias de carácter municipal:

- Licencia de obras
- Licencia de apertura

Para obtener la licencia de apertura, el centro deberá disponer de todas las autorizaciones precisas para el desarrollo de la actividad que se corresponde con los servicios autonómicos de Medio Ambiente, Sanidad e Industria.

7.2. TRÁMITES LEGALES Y AGENDA DE CONSTITUCIÓN

Los trámites que realizar comprenden los siguientes:

El primer paso para constituir legalmente nuestra sociedad es acudir al Registro Mercantil Central y solicitar el certificado de denominación social. Una vez obtenido el certificado, se abrirá una cuenta bancaria con el nombre de la empresa e ingresando un capital por parte de los socios. El banco emitirá un certificado de ingreso, que posteriormente se ha de presentar en la notaría.

Los socios hemos de redactar los Estatutos Sociales que se incorporarán a la escritura pública de la constitución. Estos estatutos contienen unos elementos que deben llevar cualquier Estatuto Social, tales como la denominación de la sociedad, el objetivo social, la fecha de cierre de cada ejercicio, el domicilio social dentro del territorio español, el capital social, las participaciones en que se divida, el valor nominal de cada participación y la numeración de las mismas, y el sistema de administración de la sociedad.

Tras la firma de las escrituras, acudiremos a Hacienda para obtener el NIF provisional de nuestra sociedad, así como las etiquetas y tarjetas identificativas.

Para ello, aportamos el modelo 036 anexo4, las fotocopias de los DNI de los firmantes y la fotocopia de la escritura de constitución de la empresa, obtenida en el notario. Posteriormente, se presentará el modelo 036 de la declaración censal junto con el alta en el Impuesto de Activadas Económicas (IAE), indicando el comienzo de la actividad o actividades que vas a desarrollar y cuáles son las mismas.

Inscripción en el Registro Mercantil, la sociedad a de inscribirse en el Registro Mercantil de la Comunidad Valenciana en la que se ha fijado su domicilio social, aportando la copia auténtica de la escritura de constitución de la nueva sociedad, certificación negativa de denominación social, copia del NIF provisional.

Por último, debemos canjear en Hacienda la tarjeta provisional del NIF por la definitiva, una vez se haya inscrito efectivamente la constitución de la sociedad y firmar la escritura pública de la constitución de la sociedad por parte de todas las socios, ante notario. Podemos ver los trámites legales en el Anexo 5

Agenda de constitución:

05/08/21- Idea de negocios.

19/08/21- Desarrollo idea de negocios.

20/08/21- Plan de negocios.

03/12/21- Visita al Ayuntamiento y al área de urbanismo para solicitar información sobre los documentos necesarios para poder desarrollar nuestra actividad.

03/01/22- Inauguración.

8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

Para llevar a cabo el Plan de Negocio, lo primero que tendremos que hacer es el Plan Económico Financiero, el cual consiste en contactar con todos los proveedores que vayan a aprovisionarnos los diferentes tipos de productos que utilizaremos en la academia.

Los proveedores que nos van a suministrar todo el material que vamos a ir necesitando van a ser las dos papelerías que tenemos en el municipio, así fomentaremos

el consumo local, como ya hemos dicho anteriormente, haremos una compra grande del material que calculamos que vamos a usar y, después, haremos compra de lo que vaya haciendo falta.

Una vez obtenida toda la información pertinente sobre los materiales escolares que vamos a necesitar para nuestra academia, pasaremos a desarrollar el plan económico financiero de la Academia Montesinos.

Para ello, haremos una estimación sobre la actividad de la empresa en el año 2022, dado que nuestro negocio se intentará abrir a partir del 01/01/2022. En dicho informe, hemos realizado una estimación de las futuras ventas, los costes variables que debemos soportar y demás gastos e ingresos.

Los ingresos que se obtendrán en la academia vendrán por la matriculación de los niños y por el servicio de estos y, en cuanto a los gastos, serán el pago de los salarios por el trabajo recibido de los profesores, el gasto en material y el utilizado para la limpieza de la academia.

Para ello, vamos a pasar a hacer un resumen de los principales gastos iniciales que la empresa estima que va a tener que hacer frente en su primer año:

Tabla 6: Gastos para el inicio de la actividad.

	ARTÍCULOS	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	TOTAL
Establecimiento de la empresa: Trámites de legalización, registro de patentes y registro social.	Licencia de apertura			625
Alquiler del local	Alquiler del local	400	12	4800
Bienes de inmovilizado: herramientas y utensilios, equipos informáticos y de oficina.	Sillas escolares	30	30	900
	Mesas grandes	80	3	240
	Armarios aulas	130,25	6	781,44
	Pizarras	149,05	3	447,15
	Proyector	199,99	2	398,1
	PC portátil	265,00	3	795
	Material de oficina			500

	Otros gastos			350
	impresora	180	1	180
Recursos humanos:	Salarios trabajadores			39600
Contratación de personal, pago de salarios e impuestos sociales.	Seguridad social			6501,21
Gastos para el pago de suministros.	Suministros eléctricos			2000
	Suministros de agua			720,00
	Teléfono + internet			473,27
			TOTAL	59375,61

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Hay que tener en cuenta también la amortización del inmovilizado, es decir, la depreciación en el valor que van a sufrir los elementos descritos y, que obviamente, va a venir reflejo en el balance. Por ello, es importante mencionar los porcentajes que pertenecen a cada tipo de inmovilizado, puesto que van a influir en cada caso, siendo para los bienes muebles el 10% y el 25% para los equipos de información. La tabla de amortización quedaría de la siguiente manera:

Tabla 7: Tabla de amortización

	Importe	Coeficiente	Amortización
Mobiliario y enseres	1193,1	10%	119,31
Equipos para tratamiento de la información	3463,03	25%	865,76
			985,07

Fuente: Elaboración propia, 2021

Nuestra empresa, para poder conseguir los fondos necesarios para poder adquirir los elementos mencionados anteriormente usará dos maneras diferentes para poder hacernos cargo. Hay dos vías principales, la financiación propia y la ajena. La primera vía tiene unos costes cero ya que los recursos provienen de los socios de la empresa o los que iremos generando en la propia academia a través de las reservas del capital

previamente aportado por los socios y/o resultado de los ejercicios. La segunda vía de financiación es la que obtenemos el capital de manera externa a la empresa, estos costes ya no van a ser cero, ya que al cabo de cierto tiempo, se deberá devolver la cantidad prestada junto con el pago de unos intereses. El caso perfecto sería aquel en el que la empresa fuese capaz de autoabastecerse sin depender de agentes externos.

Tabla 8: Características del préstamo.

MODALIDAD	PRESTAMOS POR LIQUIDEZ
CANTIDAD PRESTADA	25000
PLAZO AMORTIZACIÓN	10 años
TIPO INTERÉS	5,02%
COMISIONES	Sólo de cancelación

Fuente: Elaboración propia, 2021.

La cantidad que nos hemos visto obligados a pedir es de 25.000 euros. Esta cantidad será la que vamos a necesitar para poder comprar todo el material necesario para amueblar la academia. Este préstamo se caracteriza por ser de cuotas de devolución constante. Tienen una duración de 10 años sin ningún tipo de carencia, esto se debe a que, aunque podríamos resultar atractivos porque el primer año tenemos un exceso de gastos, nos es más beneficioso empezar a devolver cuanto antes, de manera que, aunque inicialmente tengamos que hacer un mayor esfuerzo, más adelante iremos más desahogados. El tipo de interés nominal que se le aplica para este período de tiempo es de 5,02% y no existe comisión alguna salvo de cancelación, pero que no se tienen previsto desembolsar.

8.1. VIABILIDAD DEL PROYECTO: ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

Con este epígrafe pretendemos estudiar si este proyecto va a ser viable económicamente o no y poder hacernos una idea a la hora de llevar a la práctica el negocio ya que va a ser el que nos muestre con datos objetivos si, realmente, el proyecto va a generar un cierto margen de beneficios. O si, por el contrario, los ingresos que se obtienen no son suficientes para hacer frente a las inversiones que se deben acometer y los gastos que conlleva la apertura de este nuevo negocio.

Expuesta la inversión que vamos a llevar a cabo el primer año y la financiación que vamos a utilizar, nos falta por explicar cuáles serán los ingresos que obtengamos por la realización de nuestro servicio. Vamos a tomar como referencia para la previsión de ingresos una situación realista, pensando que la academia tiene 3 aulas, en las que se va a estar dando clase al mismo tiempo y que las aulas van a estar completas, con el número máximo de niños en el aula. Para ser más realistas a la hora de calcular los ingresos que se pretenden obtener el primer año, vamos a contar con que, en lugar de estar llenas las 3 aulas, solo se van a usar 2 de ellas, ya que al tratarse de un centro nuevo el primer año no es lógico considerar que estemos a pleno rendimiento.

La academia abrirá los mismos meses del año que el colegio e instituto, por tanto, los meses de verano estaremos cerrados, al igual que en las vacaciones de Semana Santa. Pero siempre estaremos a la disposición de nuestros alumnos y si algún grupo es necesario que venga en la época de vacaciones organizaremos unas horas a las semanas para poder atenderles y ayudarles en todo lo que necesiten, de tal manera que en los meses de verano si alguno de nuestros alumnos necesita nuestra ayuda para recuperar asignaturas también abriremos. En cuanto a los precios de los cursos, son constantes durante todo el año y el pago se hará mensual, salvo excepciones de que algunos padres prefieran hacerlo semanal o diariamente, tras acabar la clase.

Actualmente las tarifas que se han acordado son: el pago de 8 euros por hora de clase recibida y un importe de inscripción del alumno de 25 euros. Estarán exentos del pago da inscripción a la academia aquellos que se matriculen el primer mes del primer año de apertura de la academia.

A continuación, vamos a estimar los ingresos que podremos obtener el primer año.

Tabla 9: Ingresos durante el primer año.

	Total, alumnos	precio	ingresos	meses	Ingresos año
Cursos primaria	50	8 euros/ h Viniendo dos 2 a la semana	800	12	9600

Cursos de 1° a 4° ESO	63	8 euros/ h Viniendo dos 2 a la semana	1008	12	12096
Bachillerato	53	8 euros/ h Viniendo dos 2 a la semana	848	12	10176
Matrícula	70	25	1400	1	1750
TOTAL			3848		33622

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Hemos considerado 12 meses al año porque, aunque se cierren en las vacaciones, hay meses en los que aumenta la oferta de clases, por ello, y para simplificarlo, se ha considerado que esos meses son las horas de más de los meses en los que aumenta la demanda. También, hemos considerado que el primer mes se matricularon 40 alumnos y el resto se han ido apuntando a lo largo de los meses.

Tras plantear los gastos que vamos a tener que hacer frente para empezar a prestar debidamente sus servicios como los ingresos que se estimas que podrá generar por el propio desarrollo de la actividad, vamos a realizar otros dos posibles escenarios en los que se puede ver la empresa, un escenario pesimista y otro realista de forma estática durante el primer año ya que consideramos que es el más crítico y el que nos da una pista para saber si el proyecto tiene visión de futuro.

Tabla 10: Escenarios de Ingresos y Gastos.

	REALISTA	PESIMISTA	OPTIMISTA
INGRESOS:			
Cursos primaria	9.600,00 €	4.800,00 €	19.200,00 €
Cursos de 1º a 4º ESO	12.096,00 €	6.720,00 €	24.192,00 €
Bachillerato	10.176,00 €	4.800,00 €	20.352,00 €
Matricula	1.750,00 €	875,00 €	3.500,00 €
TOTAL INGRESOS	33.622,00 €	17.195,00 €	67.244,00 €
GASTOS:			
Licencia de Apertura	625,00 €	625,00 €	625,00 €
Alquiler del local	4.800,00 €	4.800,00 €	4.800,00 €
sillas escolares	900,00 €	900,00 €	900,00 €
mesas grandes	240,00 €	240,00 €	240,00 €
armarios aulas	781,44 €	781,44 €	781,44 €
pizarras	447,15 €	447,15 €	447,15 €
proyectores	398,10 €	398,10 €	398,10 €
PC portatil	795,00 €	795,00 €	795,00 €
material de oficina	500,00 €	500,00 €	500,00 €
otros gastos	350,00 €	350,00 €	350,00 €
impresora	244,44 €	244,44 €	244,44 €
salario trabajadores	39.600,00 €	39.600,00 €	39.600,00 €
seguridad social	6.501,21 €	6.501,21 €	6.501,21 €
suministros electricos	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
suministros de agua	720,00 €	720,00 €	720,00 €
telefono+ internet	473,27 €	473,27 €	473,27 €
Prestamo	5.679,24 €	5.679,24 €	5.679,24 €
TOTAL GASTOS	65.054,85 €	65.054,85 €	65.054,85 €
RESULTADO	- 31.432,85 €	- 47.859,85 €	2.189,15 €

Fuentes: Elaboración propia, 2021.

Ahora vamos a pasar a comentar los resultados obtenidos en los siguientes escenarios:

ESCENARIO REALISTA

Es el escenario que más se ajusta a la realidad. Después de haber realizado la comparación con la competencia, la observación del comportamiento del público objetivo y el análisis del sector al que pertenece la empresa en general.

Como ya se ha indicado anteriormente los ingresos a considerar son los siguientes:

- Alumnos de Primaria: 5 alumnos x 10 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses=9600 euros al año.
- Alumnos de la ESO: 7 alumnos x 9 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses =12096 euros al año.
- Alumnos de bachillerato: 5 alumnos x 10 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses = 9600 euros + 3 alumnos que aun no lo completamos para hacer un grupo de 5 por 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses = 576; 9600+576 =10176
- Matriculados: 70 alumnos por 25 euros = 1750

Aunque el número de grupos a formar parece elevado para el inicio, hay que tener en cuenta que la cantidad de alumnos que estarán en el aula en cada uno de ellos es reducida. Esto es debido al compromiso de nuestra academia de realizar unos seguimientos individualizados del alumnado, que sería más complicado si el número fuese más elevado.

Los grupos de primaria están formados por grupos de 5 alumnos, ya que al tratarse de niños más pequeños son muy demandantes y necesitan más ayuda nuestra, y que estemos más pendientes de ellos para que todo este hecho correctamente. Los grupos de secundaria son un poco más abundantes, ya que con estas edades empiezan a adquirir mayor responsabilidad. Los grupos de bachillerato también los hemos hecho más reducidos, ya que, al tratarse de alumnos más mayores, también necesitan más apoyo personalizado y centrado en cosas más complejas, en este grupo como ya hemos comentado, hay un grupo que no hemos conseguido completar al completo, por eso solo hay 3 alumnos.

La diferencia entre los ingresos y los gastos en el escenario realista es de - 31.432,85 euros. La cifra no es preocupante ya que con la aportación de las socias y la cantidad de los préstamos es suficiente para ir haciendo frente a todos los gastos que hemos tenido que asumir el primer año, permitiéndonos una cantidad de dinero por si nos surgen algunos imprevistos.

ESCENARIO PESIMISTA

En este escenario se plantean las peores de las situaciones a las que se podría enfrentar el negocio en situación inicial.

Para hacer esta estimación hemos contado que el número de grupos que se forman son la mitad de los que se forman en el escenario realista, esto hará que los ingresos se reduzcan en gran cantidad, lo que haría que la academia tuviera que ponerse a estudiar algún posible cambio.

Las cifras con las que hemos hecho la estimación son las siguientes:

- Alumnos de Primaria: 5 alumnos x 5 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses= 4800 euros al año.

- Alumnos de la ESO: 7 alumnos x 5 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses = 6720 euros al año.
- Alumnos de bachillerato: 5 alumnos x 5 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses = 4800 euros
- Matriculados: 35 alumnos por 25 euros = 875

En este escenario vemos reducidos los ingresos ya que como hemos dicho los grupos han sido reducidos a la mitad del total de los alumnos.

Los gastos a los que se tienen que hacer frente serían de 47.859,85 euros los cuales podrían ser compensados con la aportación inicial que hemos aportado, que eran de 14.000 euros y el préstamo de 25.000 euros, esto nos seguiría dando unas pérdidas de 8.859,85 euros a las que deberíamos hacernos cargo nosotras, las socias.

ESCENARIO OPTIMISTA

En este caso hemos considerado que se han duplicado el número de grupos en cuanto al escenario realista, los alumnos que irán en cada grupo seguirán iguales, ya que como hemos dicho antes, siempre queremos ofrecer un servicio muy especializado a cada alumno, de esta manera generaremos unos ingresos por encima de los planificados a priori.

Vamos a especificar detalladamente como estarían estructurados los alumnos respecto a los grupos.

- Alumnos de Primaria: 5 alumnos x 20 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses = 19200 euros al año.
- Alumnos de la ESO: 7 alumnos x 18 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses = 24192 euros al año.
- Alumnos de bachillerato: 5 alumnos x 20 grupos x 8 euros la hora (2 horas a la semana) x 12 meses = 19200 euros
- Matriculados: 70 alumnos x 50% x 25 euros = 2625

Como ya hemos dicho, en este escenario hemos duplicado el número de grupos, esto se debe a un aumento en el número de alumnos.

Según este escenario, no tendríamos que hacer frente a ningún gasto inicial, ya que a pesar de todo, lo que nos hemos tenido que gastar para poder acondicionar la academia, con los ingresos que hemos obtenido por los alumnos que se han matriculado, hemos obtenido unos ingresos de 2198,15 euros a los cuales si les sumamos la cantidad prestada y la aportación que hemos hecho nos darían unos beneficios de 41198.15 euros.

Esta situación sería el sueño de cualquiera persona que emprende un proyecto, pero es bastante imposible que suceda en los primeros años de funcionamiento, ya que son metas que se consiguen con el tiempo.

8.2. ANÁLISIS DINÁMICO

El análisis de una empresa tiene dos perspectivas: estática y dinámica. No es lo mismo estudiar una entidad en un momento determinado, como se ha hecho en el epígrafe anterior, que hacerlo durante un periodo continuado en el tiempo. El análisis dinámico es mucho más interesante a la hora de comparar datos de la empresa en diferentes momentos del tiempo. Gracias a esto, es posible averiguar si las debilidades o fortalezas detectadas en la situación patrimonial, financiera o económica de una compañía son transitorias o permanentes. De esta forma, utilizando una serie de técnicas podremos seguir la evolución de la empresa con el objetivo de emitir un diagnóstico lo más acertado posible sobre su situación, lo que permitirá a los gestores tomar medidas correctoras en caso de que sea necesario.

Tabla 11: Previsión durante los cuatro

	REALISTA	PESIMISTA	OPTIMISTA
INGRESOS:			
Cursos primaria	9.600,00 €	4.800,00 €	19.200,00 €
Cursos de 1 a 4 ESO	12.096,00 €	6.720,00 €	24.192,00 €
Bachillerato	10.176,00 €	4.800,00 €	19.200,00 €
Matricula	1.750,00 €	875,00 €	2.625,00 €
TOTAL INGRESOS	33.622,00 €	17.195,00 €	65.217,00 €
GASTOS:			
Licencia de Apertura	625,00 €	625,00 €	625,00 €
Alquiler del local	4.800,00 €	4.800,00 €	4.800,00 €
sillas escolares	900,00 €	900,00 €	900,00 €
mesas grandes	240,00 €	240,00 €	240,00 €
armarios aulas	781,44 €	781,44 €	781,44 €
pizarras	447,15 €	447,15 €	447,15 €
proyectors	398,10 €	398,10 €	398,10 €
PC portatil	795,00 €	795,00 €	795,00 €
material de oficina	597,00 €	500,00 €	500,00 €
otros gastos	350,00 €	350,00 €	350,00 €
impresora	244,44 €	244,44 €	244,44 €
salario trabajadores	39.600,00 €	39.600,00 €	39.600,00 €
seguridad social	6.501,21 €	6.501,21 €	6.501,21 €
suministros electricos	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
suministros de agua	720,00 €	720,00 €	720,00 €
telefono+ internet	473,27 €	473,27 €	473,27 €
Prestamo	5.679,24 €	5.679,24 €	5.679,24 €
TOTAL GASTOS	65.151,85 €	65.054,85 €	65.054,85 €
RESULTADO	- 31.529,85 €	- 47.859,85 €	162,15 €

de Ingresos y Gastos primeros años.

Fuente: Elaboración propia 2021.

Para elaborar este tipo de análisis se suelen tomar datos que sean reales para ver como evolucionarían en el tiempo de una empresa, pero en este caso, haremos una estimación de como pensamos que podría evolucionar nuestra empresa.

PRIMER AÑO

Como ya lo hemos calculado anteriormente, en el primer año, los gastos son superiores a los ingresos. La evolución ya se ha realizado en el análisis estático por lo que se va a hacer más hincapié en los posteriores, especificando las diferencias de uno a otro.

SEGUNDO AÑO

Vamos a pasar a ver cómo puede que evolucione el segundo año de la academia con respecto al primero, vamos a proveer un incremento en los grupos de los alumnos de la ESO, ya que pensamos que son los que más apoyo extraescolar pueden llegar a necesitar a la hora de comprender los contenidos de sus asignaturas, aunque, por otro lado, disminuyen los ingresos en concepto de matrícula. Se ha considerado que todos

los alumnos que tuvimos en la academia durante el primer año permanecen en ella durante el segundo, para que en el apartado de los ingresos por matrícula solo se consideren los ingresos de los nuevos alumnos de ese nuevo grupo que hemos comentado.

En cuanto a los gastos, la principal diferencia en cuanto al primer año, los gastos que hemos tenido que hacer frente en cuanto a la licencia de apertura, el desembolso por el mobiliario y los elementos electrónicos, en este segundo año ya no los hemos tenido que soportar. En años posteriores solo serán necesarios repuestos para aquellos materiales que se estropeen o solo por el simple hecho de que hay que ir cambiándolo por su uso.

TERCER AÑO

En este tercer año, estimaremos que en la academia se siga incrementando el número de grupos en comparación con el segundo año, debido a un aumento en la demanda. Al aumentar estos alumnos, se incrementarán los ingresos por tener que pagar la matrícula de ellos.

Pasando a hablar de los gastos, serán muy parecidos a los del año anterior, ya que, aunque hayan aumentado los grupos, aun no nos hemos visto en la necesidad de tener que contratar a más profesionales para cubrir más horas, ya que con los empleados que somos en el centro podemos hacernos cargo de esos grupos.

CUARTO AÑO

Para acabar de comentar este análisis dinámico, este año los ingresos han seguido aumentando, y los gastos disminuyendo, consiguiendo obtener unos beneficios para la academia y esperamos que se mantengan, ya que la empresa ya ha entrado en la fase de madurez. En esta fase esperamos que hayamos llegado al éxito y haber conseguido un público objetivo, fiel y concreto, que haga que nuestra academia alcance un posicionamiento diferenciado frente a la competencia.

Una vez que hemos alcanzado estos objetivos y hemos conseguido estos éxitos, la empresa tiene que marcarse nuevos objetivos si quiere seguir creciendo, ya que implica crecer de una pequeña empresa a una mediana empresa. A partir de este momento una de las estrategias con la que podríamos trabajar es con la de conseguir fidelizar al máximo nuestros clientes, como ya hemos comentado y, se considerará la opción de poder abrir un nuevo centro en algún pueblo cercano al de Los Montesinos.

A la vista de los resultados que hemos obtenido, podemos decir que, según el análisis expuesto con las correspondientes previsiones, el establecimiento de la academia en Los Montesinos podría llegar a tener viabilidad.

8.3. BALANCE DE SITUACIÓN DE LOS 3 PRIMEROS AÑOS SEGÚN LOS 3 ESCENARIOS

En este apartado, se analiza uno de los estados financieros más importantes, como es el balance desde el ejercicio económico 2022 hasta el 2024.

Con este documento vamos a intentar representar una imagen fiel y realista de nuestra empresa en un momento determinado. Mostrando tanto los derechos y posesiones de la empresa, las deudas y obligaciones, recogidas en la partida del pasivo. Respecto a la partida del Patrimonio Neto de la empresa, hace referencia a los fondos propios, como es el capital, las reservas o los beneficios acumulados.

Para ello, vamos a proceder a la elaboración de los balances de situación de la academia en función a los 3 escenarios analizados anteriormente, haciendo mención de los aspectos más relevantes a tener en cuenta.

Plan de inversiones:

La inversión a la que tendrá que hacer frente nuestra empresa la podemos diferenciar en dos grupos, por una parte, está el mobiliario de la academia y el material necesario para realizar el servicio y, por otra parte, el gasto referente al acondicionamiento del local.

En cuanto al mobiliario de la academia y el material necesario para realizar el servicio corresponde a la parte de “inmovilizado material”, que corresponde al activo no corriente.

A continuación, vamos a presentar la tabla con el material necesario, con su coste y la amortización que supone tras el paso del tiempo.

Tabla 12: Material y su coste.

Mobiliario	Unidades	Precio por unidad	Total
Sillas escolares	60	15	900,00 €
Mesas grandes	3	80	240,00 €
Armarios aulas	6	130,24	781,44 €
Material de oficina			500,00 €
TOTAL			2.421,44 €
Equipamiento	Unidades	Precio por unidad	Total
Pizarras	3	149,05	447,15 €
Proyectores	2	199,05	398,10 €
PC portatil	2	397,5	795,00 €
Impresora	1	244,44	244,44 €
TOTAL			1.884,69 €

Fuente: Elaboración propia. 2021.

Plan de financiación:

Vamos a pasar a analizar de donde van a provenir los fondos con los que nuestra empresa va a afrontar los gastos, tanto del mobiliario y equipamiento de la academia, como del acondicionamiento del propio local y los gastos oportunos para poner en marcha la actividad del negocio.

Esta financiación puede ser propia o ajena, en nuestro caso la fuente de financiación ajena proviene del préstamo que hemos pedido y en cuanto a la propia, es la que hemos puesto nosotras las socias.

Previsión de ingresos:

Como ya hemos comentado anteriormente, para calcular los ingresos que obtendremos por la actividad del negocio, la hemos estudiado desde tres escenarios.

El ingreso de la empresa procederá del precio que deba pagar cada persona interesada en recibir de nuestro servicio. Hay que recordar que para aquellos alumnos que se matriculen el primer mes de apertura, la matrícula será gratuita.

Finalmente, vamos a mostrar los balances de situación de los tres primeros años de vida de la Academia Montesinos, sin olvidar que se estudia desde el escenario

realista. Respecto a los escenarios pesimista y optimista, se mostrarán los balances de situación para los 3 primeros años de la actividad.

A continuación, vamos a mostrar la estructura económica y la determinación financiera del proyecto.

Como ya hemos dicho anteriormente, hemos tenido que contar con un préstamo a largo plazo, con un importe de 25000 euros, que se irá amortizando durante los próximos 3 años. Además, las dos socias hemos aportado 7000 euros al capital social en partes iguales.

Tabla 13: Activo y pasivo de la empresa.

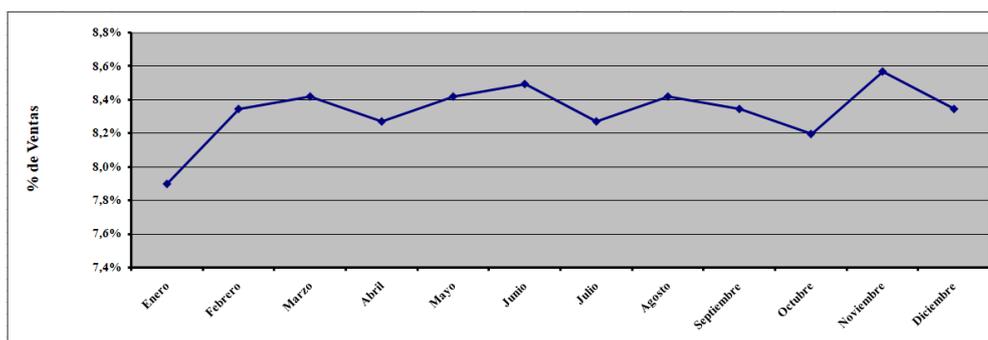
Concepto	Inversión		Base Imponible		% IVA Soportado	Importe IVA
	Importe	%	Aportac	Adquizi		
Total Inmovilizado	5.378	14%				
Inmovilizado Material	5.078	13%				
Terrenos y bienes naturales	0				10%	0
patentes, licencias, marcas y s	625				10%	0
Instalaciones	0				21%	0
Maquinaria	0				21%	0
Utillaje, Herramientas,...	647				21%	0
Mobiliario	3.806				21%	0
Elementos de transporte	0				21%	0
Equipos informáticos	0				21%	0
Otro Inmovilizado Material	0				21%	0
Inmovilizado Inmaterial	300	1%				
Aplicaciones Informáticas	300				21%	0
Arrendamientos Financieros	0					
Otro Inmovilizado Inmaterial	0				21%	0
Inmovilizado financiero	0	0%				
Fianza del local	0					0
Gastos Amortizables	0	0%				
De primer establecimiento	0				21%	0
De constitución	0				21%	0
Total Circulante	33.622	86%				
Existencias Iniciales	33.622	86%				
PRODUCTO A	0				21%	0
Cursos de primaria	3.600				21%	0
Cursos de 1 a 4 ESO	12.036				21%	0
Bachillerato	10.176				21%	0
Matricula	1.750				21%	0
	0				21%	0
	0				21%	0
Realizable	0	0%	0	0		0
Hacienda Pública IVA soport	0					
<i>Ciudadanos (*)</i>						
<i>Otros Deudores (*)</i>						
Tesorería inicial / Disponible		0%				
Total Activo	39.000	100%				

	Importe	%
Recursos Propios	14.000	36%
Capital	14.000	36%
Reservas		0%
Resultados del periodo		0%
Aportaciones no dinerarias	0	0%
Subvenciones		0%
Recursos Ajenos	25.000	64%
Créditos Largo Plazo	25.000	64%
Acreeedores L.P. Financieros		0%
Acreeedores L.P. Leasing	0	
<i>C/c Socios y Administradores(*)</i>		
Otros Acreeedores L.P.		0%
Créditos a Corto Plazo	0	0%
Acreeedores C.P. Financieros		0%
Acreeedores Comerciales		
<i>Salarios a Pagar (*)</i>		
Otros Acreeedores C.P.		0%
Total Pasivo	39.000	100%

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Seguidamente pasaremos a mostrar una tabla con los estados provisionales financieros del primer año: previsión de ventas que hemos realizado teniendo en cuenta los datos obtenidos según el escenario realista.

Gráfica 4: Estacionalidad de las ventas.



Fuente: Elaboración propia, 2021.

Esta es la gráfica de ventas según la estimación que hemos realizado. Se observa que, los primeros meses, nuestro nivel de ventas será más bajo, algo que es comprensible ya que estamos en un proceso de penetración en el mercado. Vemos que la curva se muestra bastante lineal, con pequeñas subidas y bajadas, que coincidirán con el aumento de los exámenes que tendrán los alumnos tanto en el colegio como en el instituto y bachillerato. En los meses de verano, a pesar de que los alumnos están de vacaciones, hay alumnos que seguirán usando nuestros servicios ya sea porque tengan que recuperar alguna asignatura o porque quieran repasar conocimientos pasados o aumentarlos.

En cuanto al tema de recursos humanos, como ya hemos dicho contaremos con un profesor a parte de nosotras, las socias. Las socias recibirán un sueldo mensual de 1.200 euros cada una y el trabajador contratado recibirá un sueldo inferior ya que el hará menos horas que nosotras recibiendo una cantidad mensual de 900 euros.

Pasando a comentar las cuentas de pérdidas y ganancias, podemos ver que el margen bruto de la empresa se obtiene a partir de la diferencia entre la suma de los precios de venta de cada mes y los costes (variables y directos). Los costes variables ya los hemos explicado anteriormente. Ahora bien, los costes directos, se han obtenido del sumatorio de los costes de los empleados entre una anualidad, es decir, entre 12 meses.

En nuestro caso, los gastos de explotación en los que incurrimos son los siguientes:

- Sueldos y salarios.
- Cargas sociales.
- Tributos IAE, IBI, ...
- Suministros: luz, agua, internet.
- Material de oficina.
- Dotación Amortizaciones mensuales del inmovilizado material.

El beneficio bruto de la empresa en el año 2022 es de 23.343 euros, el impuesto de sociedades es de 4.902 euros. Por lo tanto, el beneficio neto es de 18.441 euros.

La política de cobros y pagos de la empresa es la siguiente:

- Los cobros de la empresa serán al contado, ya que se trata de unos servicios en el que no se podrán aplazar los cobros.
- El pago por la compra de los productos se realizará al 100% al contado, no se aplazará ningún pago.
- Para calcular la viabilidad de nuestro proyecto el método utilizado es el VAN (Valor Actual Neto). Nos permitirá estimar los flujos netos de caja futuros, es decir, los ingresos menos los gastos, los cuales se actualizarán a través de una tasa de interés.
- Si el VAN es mayor que cero, quiere decir que el proyecto se debe aceptar, ya que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad que se exige.

En nuestro caso, el valor obtenido es de 0,76, por tanto, es un dato positivo ya que la empresa no tardará mucho tiempo en recuperar la inversión inicial. Y en cuanto al punto muerto o punto de equilibrio es de 10.043, este dato nos quiere decir, que es el volumen de ventas a partir del cual la empresa va a empezar a generar beneficios.

8.4. PLAN DE TESORERÍA

En el plan de tesorería vamos a reflejar los flujos de dinero, es decir, las entradas y salidas de dinero en la actividad económica de la empresa anualmente.

Estos datos nos permitirán controlar la liquidez disponible en todo momento y de esta manera saber si tenemos suficiente dinero para hacer frente a los pagos o por el contrario debemos acudir a una entidad de crédito para obtener liquidez inmediata.

En el primer año dispondremos de 3000 euros de tesorería para afrontar los gastos de constitución, primeros alquileres, gastos de personal, etc.

8.4.1. COBROS

Los cobros hacen referencia a la entrada de dinero en efectivo a continuación vamos a mostrar una tabla con los cobros que la empresa va a tener el primer año, detallada por meses, desde enero con la apertura hasta diciembre.

Tabla 14: Cobros.

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Saldo inicial (1)	3.000	5.141	7.460	9.810	10.610	12.959	15.337	16.101	18.451	20.770	21.514	23.922	
Cobro de ventas	2.656	2.806	2.831	2.781	2.831	2.856	2.781	2.831	2.806	2.756	2.881	2.806	33.622
Créditos obtenidos													0
Otras entradas													0
I.V.A. Repercutido	558	589	595	584	595	600	584	595	589	579	605	589	7.061
Total Entradas (2)	3.214	3.395	3.426	3.365	3.426	3.456	3.365	3.426	3.395	3.335	3.486	3.395	40.683

Fuente: Elaboración propia, 2021.

8.4.2. PAGOS

Los pagos hacen referencia a las salidas de dinero en efectivo en nuestra empresa los pagos serán los siguientes:

Pago de compar, pago de otros costes variables, cargas sociales, tributos como el IAE, IBI, el pago por los suministros de luz, agua, teléfono, material de oficina, gastos financieros, devolución de préstamo y el I.V.A. soportado.

A continuación, mostraremos una tabla, detallando los pagos a los que haremos frente mes a mes durante un año.

Tabla 15: Pagos.

Pago de compras	27	28	28	28	28	29	28	28	28	28	29	28	337
Pago de otros costes variat	27	28	28	28	28	29	28	28	28	28	29	28	336
Sueldos y Salarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cargas Sociales	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	3.305
Tributos: IAE, IBI, ...	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Suministros: luz, agua, teléfc	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	3.193
Servicios de profesionales i	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material de oficina	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	947
Publicidad y propaganda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Primas de Seguros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Trabajos realizados por otra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento y reparación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arrendamientos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Varios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos financieros	104	103	103	102	101	101	100	99	99	98	97	97	1.205
Devolución de préstamo	161	162	162	163	164	164	165	166	166	167	168	169	1.977
Recuperación coste leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración Propia, 2021.

8.4.3. SALDO FINAL

El saldo final hace referencia a la diferencia entre los cobros y los pagos del periodo más el saldo inicial. Este saldo puede ser positivo o negativo, cuando es positivo es porque la empresa soporta unos cobros superiores a los pagos y, por tanto, el negocio generará liquidez. En nuestro caso, en todos los meses del primer año, el saldo final es positivo, por tanto, como hemos dicho antes es un indicador positivo, el cual nos dice que la empresa puede hacer frente a todos los gastos a los que tendrá que ir haciendo frente.

A continuación, vamos a mostrar una tabla en la que se aprecian los datos.

Tabla 16: Saldo final.

Saldo final = Tesorería	5.141	7.460	9.810	10.610	12.959	15.337	16.101	18.451	20.770	21.514	23.922	26.242
--------------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Fuente: Elaboración propia, 2021.

8.5. ANÁLISIS DE RATIOS FINANCIEROS

El análisis de ratios financieros consiste en el estudio de la situación actual de la empresa mediante el cálculo de estos. Obtendremos la información de factores como la capacidad de solvencia o la capacidad de endeudamiento que tiene nuestra academia.

A continuación, vamos a proceder a calcular algunos de los principales ratios financieros que nos ayudarán a comprender la situación actual para el primer año de vida del negocio.

Comenzaremos con el ratio de liquidez, para calcularlo, dividiremos el activo circulante entre el pasivo corriente.

Según la fórmula, el ratio de liquidez de la academia es de 0.86 junto con un fondo de maniobra positivo. Por un lado, el ratio de liquidez debería ser próximo a 1.5 que es el valor ideal, lo que en este caso se nos aproxima bastante, lo que indica que la empresa cuenta con bastante liquidez para hacer frente a las deudas que tengamos a corto plazo.

Con respecto al fondo de maniobra, es positivo, esto es una buena señal, dado que indica que con el activo corriente es capaz de cubrir el exigible a corto plazo, es decir, a menos de un año.

El siguiente ratio que vamos a calcular es el de endeudamiento, para ello dividiremos el pasivo entre la suma del patrimonio neto y pasivo.

Con lo que respecta a este ratio, la empresa se coloca casi en una situación ideal, puesto que nos da un 0.74%. Esto nos indica que nuestra empresa se encuentra endeudada en un 74% comparándolo con los recursos propios, que formarían la cantidad restante para llegar al 100%. Es normal que los primeros años la academia muestre dicho endeudamiento, ya que, se trata de una nueva empresa que debe realizar grandes inversiones y, no ha generado grandes beneficios como para autoabastecerse.

Continuaremos con el ratio de autonomía, para poder calcularlo dividiremos el patrimonio neto entre el pasivo, de esta manera nos da un dato de 0.36, dato que entra dentro de la normalidad, ya que cuanto más endeudada se encuentre la empresa, menos autonomía va a tener, ya que la deuda nos creará una situación de dependencia con el deudor, mientras que, por lo contrario, cuanto menos deuda tenga la empresa, más autonomía tendrá para tomar las decisiones.

El penúltimo ratio que vamos a calcular es el de solvencia, para ello, dividiremos el activo entre el pasivo. Al realizar el cálculo nos da 1,56, lo que interpretamos como una señal buena, aunque se podría mejorar, puesto que nos indica que tiene la capacidad de cubrir la totalidad de sus deudas con el activo de la empresa, o lo que también se podría decir, que por cada euro de deuda, la empresa tiene 1,56 euros para hacer frente al exigible.

Por último, vamos a calcular el ratio de calidad de deuda, para calcular este ratio, dividiremos el pasivo corriente entre el total del pasivo.

La empresa tiene un ratio de calidad de deuda de 0,64, lo que se aleja un poco de la cantidad ideal que sería 0,5. Esto quiere decir que la deuda que tiene la empresa, el 0,64% es exigible a corto plazo, es decir, a menos de un año. Esto se debe principalmente a la reforma que se ha tenido que hacer en el local para poder acondicionarlo, eso ha hecho que la cantidad sea bastante elevada, pero al año siguiente, quedará saldada dicha deuda.

9. CONCLUSIONES

Para concluir el presente proyecto, vamos a recoger las ideas más importantes de cada apartado y las plasmaremos de manera que obtengamos las conclusiones de este plan de empresa para la academia de clases de repaso.

1. Academia Montesinos contará con un servicio de enseñanza para todos los alumnos, tanto de primaria, secundaria y bachillerato. Además, contaremos con un profesor de inglés para poder reforzar ese idioma, con el objetivo de poder diferenciarnos de nuestros principales competidores. Además, ofreceremos un servicio muy personalizado en nuestros alumnos.
2. En cuanto a los datos demográficos sobre la población de Los Montesinos, la empresa ha escogido como público objetivo dos segmentos de población en el mercado: por un lado, niños que comprenden desde los 5 años hasta los 17 años de edad y, por otro lado, a los padres de esos niños, por tanto, el segundo segmento de población va de los 28 a los 50 años.
3. En cuanto a los factores de macro entorno, el incremento del número de jóvenes que han empezado a formarse a nivel académico, puede suponer que la academia desarrolle su actividad en una atmósfera agradable.
4. La academia se encuentra en un mercado donde apenas tienen competencias directas, ya que solo hay otra academia en nuestro municipio y, una de las

principales características de este sector, es que las barreras de entrada son poco exigentes, por lo que la empresa se va a diferenciar por su calidad-precio.

5. La academia se encuentra situada en la Avenida del Mar, la calle principal del pueblo de Los Montesinos. Cuenta con un fácil acceso y visibilidad, lo que nos podrá permitir un aumento en la posibilidad de captar nuevos clientes.
6. El centro permanecerá abierto todas las tardes de lunes a viernes, pero como siempre hemos hecho hincapié, estamos al servicio de nuestros alumnos y si tuviésemos que hacer algún cambio, siempre lo haríamos para ayudarles en todo lo posible.
7. La forma jurídica que hemos escogido para este negocio es la sociedad de responsabilidad limitada debido a que es la que más se ajusta al perfil del negocio que se desea emprender.
8. En la academia contaremos con 3 trabajadores: las dos socias fundadoras y contaremos con un profesor, con un perfecto nivel de inglés.
9. La marca registrada para la academia es “Academia Montesinos”, por el hecho de ser un nombre sencillo y que el propio nombre da a conocer el servicio y la localidad donde está ubicada.
10. Es un proyecto que según los cálculos realizados a través de los ratios y el balance que se prevé para los futuros años, económicamente es viable.

10. BIBLIOGRAFÍA

- BOE. (2019, Verano 10). ACTA DE FIRMA DE LAS TABLAS SALARIALES PARA EL AÑO 2018 y 2019 DEL VIII CONVENIO

COLECTIVO DE ENSEÑANZA Y FORMACIÓN NO REGLADA.

Recuperado 3 de otoño de 2021, de BOE website:

[https://www.boe.es/eli/es/res/2019/10/07/\(11\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2019/10/07/(11)).

- Datosmacro. (2020). España registra un descenso del PIB en el primer trimestre. Recuperado 1 de diciembre de 2021, de Datosmacro.com website: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>.
- De alicante, D. (2019). Revisión padrón municipal. Recuperado 2 de abril de 2021, de Diputación de alicante website: <http://documentacion.diputacionalicante.es/4hogares.asp?codigo=03903>.
- De Educación y Formación Profesional, M. (2019). Número de estudiantes matriculados por comunidad autónoma, tipo de centro, sexo y ámbito de estudio en Grado. Recuperado 2 de mayo de 2021, de Ministerio de Educación y Formación Profesional website: <http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Tabla.htm?path=/Universitaria/Alumnado/1GradoCiclo/Matriculados//10/&file=GradoMatriculadosAmbitoCA.px&type=pcaxis&L=0>.
- Emprendedores, R. (2020, 25 marzo). *Emprendedores: La revista líder en economía de empresa y finanzas*. Emprendedores.es. <https://www.emprendedores.es/>
- GrandioDopico, A., & Rama Penas, O. (2003). *Creación de empresas. Ley 7/2003 de la sociedad limitada nueva empresa*. Netbiblo.
- INE. (2019). Abandono educativo temprano de la población de 18 a 24 años por CCAA y periodo. Recuperado 2 de invierno de 2021, de INE website:

<https://www.ine.es/jaxi/Tabla.htm?path=/too/ICV/dim4/&file=41401.p>

x.

- INE. (2020). Alicante/Alacant: Población por municipios y sexo. Recuperado 2 de verano de 2021, de INE website:
<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2856>.
- Ministerio de inclusión, S. S. y. M. (2021). Régimen Especial Trabajadores Autónomos de la SS. Recuperado 4 de abril de 2021, de Ministerio de inclusión, seguridad social y migraciones website:
<http://www.seg-social.es>.
- Sánchez, L. (2017). La guía más completa para emprendedores y pymes. Recuperado 4 de otoño de 2021, de Emprende Pyme website:
<https://www.emprendepyme.net/impuestos-para-empresas>.



12. ANEXOS

12.1 Anexo 1



academialosmontesinos

Editar perfil



0 publicaciones

0 seguidores

0 seguidos

AcademiaLosMontesinos

PUBLICACIONES

IGTV

GUARDADAS

ETIQUETADAS

12.2 Anexo 2



12.3 Anexo 3



12.4 Anexo 4



Declaración Censal

de alta, modificación y baja en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores

Pág. 1

Modelo
036

Datos identificativos

Espacio reservado para la etiqueta identificativa		036055093538 5 ööE1:T5béeÜWö
101 NIF	102 Apellidos y nombre o razón o denominación social	

1. CAUSAS DE PRESENTACIÓN

A) Alta

110	<input type="checkbox"/>	Solicitud de Número de Identificación Fiscal (NIF).
111	<input type="checkbox"/>	Alta en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores.

B) Modificación

120	<input type="checkbox"/>	Solicitud de NIF definitivo, disponiendo de NIF provisional.
121	<input type="checkbox"/>	Solicitud de nueva tarjeta acreditativa del NIF.
122	<input type="checkbox"/>	Modificación domicilio fiscal (páginas 2A, 2B y 2C).
123	<input type="checkbox"/>	Modificación domicilio social o de gestión administrativa (páginas 2A y 2B).
124	<input type="checkbox"/>	Modificación domicilio a efectos de notificaciones (páginas 2A, 2B y 2C).
125	<input type="checkbox"/>	Modificación otros datos identificativos (páginas 2A, 2B y 2C).
126	<input type="checkbox"/>	Modificación datos representantes (página 3).
127	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos a actividades económicas y locales (página 4).
128	<input type="checkbox"/>	Modificación de la condición de Gran Empresa o Admón. Pública de presupuesto superior a 6.000.000 de euros (página 5).
129	<input type="checkbox"/>	Solicitud de inscripción/baja en el registro de devolución mensual (página 5).
130	<input type="checkbox"/>	Solicitud de alta/baja en el registro de operadores intracomunitarios (página 5).
131	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos al Impuesto sobre el Valor Añadido (página 5).
132	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (página 6).
133	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos al Impuesto sobre Sociedades (página 6).
134	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos al Impuesto sobre la Renta de no Residentes correspondiente a establecimientos permanentes o a entidades en atribución de rentas constituidas en el extranjero con presencia en territorio español (página 6).
135	<input type="checkbox"/>	Opción/renuncia por el Régimen fiscal especial del Título II de la Ley 49/2002 (página 6).
136	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos a retenciones e ingresos a cuenta (página 7).
137	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos a otros Impuestos (página 7).
138	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos a regímenes especiales del comercio intracomunitario (página 7).
139	<input type="checkbox"/>	Modificación datos relativos a la relación de socios, miembros o partícipes (página 8).
140	<input type="checkbox"/>	Dejar de ejercer todas las actividades empresariales y/o profesionales (personas jurídicas y entidades, sin disolución. Entidades inactivas).
	141	Fecha efectiva del cese <input type="text"/>

C) Baja

150	<input type="checkbox"/>	Baja en el Censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores	151	Causa <input type="text"/>
			152	Fecha efectiva de la baja <input type="text"/>

Lugar, fecha y firma

Lugar <input type="text"/>	Firma <input type="text"/>
Fecha <input type="text"/>	
Firma en calidad de <input type="text"/>	Firmado: D./D.* <input type="text"/>

Ejemplar para el interesado

2. IDENTIFICACIÓN

Rellenar Formulario

A) Personas físicas

A1 Persona física residente en España A2 Persona física no residente en España A3 Nacionalidad

Identificación

A4 NIF/NIE A5 Apellido 1 A6 Apellido 2 A7 Nombre A8 Nombre comercial

Domicilio fiscal en España

A11 Tipo de vía A12 Nombre de la vía pública A13 Tipo Núm. A14 Núm. casa A15 Calif. nu. A16 Bloque A17 Portal A18 Escal. A19 Planta A20 Puerta

A21 Complemento domicilio (ej.: Urbanización, Polígono Industrial, C. Comercial...) A22 Localidad/Población (si es distinta de Municipio) A29 e-mail

A23 C. Postal A24 Nombre del Municipio A25 Provincia A26 Tfno. Fijo A27 Tfno. Móvil A28 Núm. de Fax

Domicilio fiscal en el estado de residencia (no residentes)

A31 Domicilio (Address)

A32 Complemento domicilio (si fuese necesario) A34 Población/Ciudad A39 e-mail

A33 C. Postal (P) A35 Provincia/Región/Estado A36 País A37 Cód. País A38 Tfno. Fijo A39 Tfno. Móvil A40 Núm. de Fax

Domicilio a efectos de notificaciones (si es distinto del fiscal, cumplimente el apartado 1 o el 2 según estime oportuno)

1) A41 Tipo de vía A42 Nombre de la vía pública A43 Tipo Núm. A44 Núm. casa A45 Calif. nu. A46 Bloque A47 Portal A48 Escal. A49 Planta A50 Puerta

A51 Complemento domicilio (ej.: Urbanización, Polígono Industrial, C. Comercial...) A52 Localidad/Población (si es distinta de Municipio) A70 e-mail

A53 C. Postal A54 Nombre del Municipio A55 Provincia A56 Tfno. Fijo A57 Tfno. Móvil A58 Núm. de Fax

A59 Destinatario (si es distinto del declarante) A60 En calidad de: (representante, apoderado, familiar, etc.)

2) A61 APARTADO DE CORREOS NÚMERO: A62 Población/Ciudad

A63 C. Postal A64 Provincia A65 Tfno. Fijo A66 Tfno. Móvil A67 Núm. de Fax

A68 Destinatario (si es distinto del declarante) A69 En calidad de: (representante, apoderado, familiar, etc.)

Domicilio gestión administrativa (si es distinto del fiscal)

A71 Tipo de vía A72 Nombre de la vía pública A73 Tipo Núm. A74 Núm. casa A75 Calif. nu. A76 Bloque A77 Portal A78 Escal. A79 Planta A80 Puerta

A81 Complemento domicilio (ej.: Urbanización, Polígono Industrial, C. Comercial...) A82 Localidad/Población (si es distinta de Municipio)

A83 C. Postal A84 Nombre del Municipio A85 Provincia A86 Tfno. Fijo A87 Tfno. Móvil A88 Núm. de Fax

Establecimientos permanentes

A81 ¿Opera en España a través de establecimiento permanente? Sí No A82 ¿Cuántos?

Identifique los establecimientos permanentes a través de los que opera en España. Indique sólo la denominación diferenciada asignada a cada uno:

A84 1 Denominación

A86 2 Denominación

A88 3 Denominación

Rellenar Formulario

Ejemplar para la Administración

2. IDENTIFICACIÓN

A) Personas físicas			
A1 Persona física residente en España <input type="checkbox"/>		A2 Persona física no residente en España <input type="checkbox"/>	
A3 Nacionalidad <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Identificación			
A4 NIF/NIE	A5 Apellido 1	A6 Apellido 2	A7 Nombre
A8 Nombre comercial <input style="width: 100%;" type="text"/>			
Domicilio fiscal en España			
A11 Tipo de vía	A12 Nombre de la vía pública	A13 Tipo Núm.	A14 Núm. casa
		A15 Calif. nu	A16 Bloque
		A17 Portal	A18 Escal.
		A19 Planta	A20 Puerta
A21 Complemento domicilio (ej.: Urbanización, Polígono Industrial, C. Comercial...)			
A22 Localidad/Población (si es distinta de Municipio)		A29 e-mail	
A23 C. Postal	A24 Nombre del Municipio	A25 Provincia	A26 Tfno. Fijo
		A27 Tfno. Móvil	A28 Núm. de Fax
Domicilio fiscal en el estado de residencia (no residentes)			
A31 Domicilio (Address) <input style="width: 100%;" type="text"/>			
A32 Complemento domicilio (si fuese necesario)		A34 Población/Ciudad	A39 e-mail
A33 C. Postal	A35 Provincia/Región/Estado	A36 País	A37 Cód. País
		A38 Tfno. Fijo	A39 Tfno. Móvil
		A40 Núm. de Fax	
Domicilio a efectos de notificaciones (si es distinto del fiscal, cumplimente el apartado 1 o el 2 según estime oportuno)			
1) A41 Tipo de vía	A42 Nombre de la vía pública	A43 Tipo Núm.	A44 Núm. casa
		A45 Calif. nu	A46 Bloque
		A47 Portal	A48 Escal.
		A49 Planta	A50 Puerta
A51 Complemento domicilio (ej.: Urbanización, Polígono Industrial, C. Comercial...)			
A52 Localidad/Población (si es distinta de Municipio)		A70 e-mail	
A53 C. Postal	A54 Nombre del Municipio	A55 Provincia	A56 Tfno. Fijo
		A57 Tfno. Móvil	A58 Núm. de Fax
A59 Destinatario (si es distinto del declarante)			
		A60 En calidad de: (representante, apoderado, familiar, etc.)	
2) A61 APARTADO DE CORREOS NÚMERO:			
A62 Población/Ciudad			
A63 C. Postal	A64 Provincia	A65 Tfno. Fijo	A66 Tfno. Móvil
		A67 Núm. de Fax	
A68 Destinatario (si es distinto del declarante)			
		A69 En calidad de: (representante, apoderado, familiar, etc.)	
Domicilio gestión administrativa (si es distinto del fiscal)			
A71 Tipo de vía	A72 Nombre de la vía pública	A73 Tipo Núm.	A74 Núm. casa
		A75 Calif. nu	A76 Bloque
		A77 Portal	A78 Escal.
		A79 Planta	A80 Puerta
A81 Complemento domicilio (ej.: Urbanización, Polígono Industrial, C. Comercial...)			
A82 Localidad/Población (si es distinta de Municipio)			
A83 C. Postal	A84 Nombre del Municipio	A85 Provincia	A86 Tfno. Fijo
		A87 Tfno. Móvil	A88 Núm. de Fax
Establecimientos permanentes			
A91 ¿Opera en España a través de establecimiento permanente?		Sí <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
		A92 ¿Cuántos? <input style="width: 50%;" type="text"/>	
Identifique los establecimientos permanentes a través de los que opera en España. Indique sólo la denominación diferenciada asignada a cada uno:			
A94	1	Denominación	<input style="width: 100%;" type="text"/>
A96	2	Denominación	<input style="width: 100%;" type="text"/>
A98	3	Denominación	<input style="width: 100%;" type="text"/>

Ejemplar para el interesado



**COMUNICACIÓN PREVIA DE INICIO Y EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD
COMERCIAL**

(Supuestos de la Ley 12/2012, de 26 de diciembre de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios)

DATOS DEL TITULAR DE LA ACTIVIDAD

D./D^a.

DNI/CIF/NIE:

TELÉFONO:

E-MAIL:

FAX:

REPRESENTANTE:

DNI/NIE:

DOMICILIO A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN: (Municipio, calle o plaza y número):

DATOS DE LA ACTIVIDAD

ACTIVIDAD:

EPÍGRAFE:

SUP. ÚTIL:

EMPLAZAMIENTO (calle o plaza y número):

FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD:

**COMUNICACIÓN PREVIA Y DECLARACIÓN RESPONSABLE DEL TITULAR DE
LA ACTIVIDAD**

El titular que suscribe formula la siguiente DECLARACIÓN RESPONSABLE Y COMUNICACIÓN PREVIA de conformidad con lo establecido en el Artículo 69, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas y Título I de Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de Medidas Urgentes de Liberalización del Comercio y de Determinados Servicios.

Declaro que dispongo de la documentación necesaria requerida por la normativa en vigor para el cumplimiento de las condiciones técnicas, urbanísticas y administrativas asumiendo las responsabilidades penales, civiles o administrativas a que hubiera lugar en caso de falsedad en cualquier dato, manifestación o documento de carácter esencial presentado, comprometiéndome a conservar la referida documentación durante el desarrollo de la actividad, así como a su presentación a requerimiento del personal habilitado para su comprobación.

Que no introduciré ninguna modificación en la actividad, en el establecimiento o en sus instalaciones sin legalizar por el procedimiento que corresponda.

Que el establecimiento cumple los requisitos establecidos en la normativa vigente para el ejercicio de la actividad de servicios.

Que se comprometo a mantener su cumplimiento durante el periodo de tiempo inherente a dicho reconocimiento o ejercicio.

Y presto mi consentimiento al Departamento de Actividades, para que pueda consultar y transmitir cuantos datos resulten precisos para comprobar la veracidad de los datos expuestos o comunicados, sin perjuicio de las restricciones que se prevean en las normas de aplicación.

DOCUMENTACIÓN QUE SE ACOMPAÑA

- Fotocopia del D.N.I. o N.I.E. del declarante o permiso de residencia y/o de trabajo en el caso de extranjeros (deberá adjuntar fotocopia del pasaporte).
- Fotocopia de la escritura de constitución de la mercantil, del C.I.F. de la misma, del poder del representante o gerente y fotocopia de su D.N.I./N.I.E.
- Documentación acreditativa de la representación. (Cuando proceda)
- Fotocopia del Alta Censal o Impuesto de Actividades Económicas.
- Justificante del pago de tasas correspondiente.
- Plano de situación sobre plano de P.G.O.U. municipal vigente.
- Plano catastral.
- Plano de emplazamiento referido al P.P. Aprobado, si estuviera incluido en Planeamiento de desarrollo.
- Memoria Técnica descriptiva de la actividad.
- Certificación suscrita por técnico competente, debidamente identificado mediante nombre y apellidos, titulación y documento nacional de identidad, acreditativa de que las instalaciones cumplen con todas las condiciones técnicas y ambientales exigibles para poder iniciar el ejercicio de la actividad, y en especial con las condiciones de accesibilidad y protección contra incendios.

Lo que comunico **CON CARÁCTER PREVIO EL INICIO DE LA ACTIVIDAD DESCRITA.**

 Orihuela, a
EL SOLICITANTE
UNIVERSITAS
Miguel Hernández

EXCMO. SR. ALCALDE PRESIDENTE DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE LA CIUDAD DE ORIHUELA

Los datos personales que se le solicitan se incorporarán a una base de datos con la finalidad de poder tramitar la misma. (De conformidad con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal) Puede ejercer su derecho a acceder, rectificar y cancelar sus datos dirigiéndose por escrito al Ayuntamiento de Orihuela.

12.6 Anexo 6

ACADEMIA LOS MONTESINOS SL						
Concepto	Inversión		Base Imponible		% IVA Soportado	Importe IVA
	Importe	%	Aportac	Adquisi		
Total Inmovilizado	5.378	14%				
Inmovilizado Material	5.078	13%				
Terrenos y bienes naturales	0				10%	0
patentes, licencias, marcas y s	625				10%	0
Instalaciones	0				21%	0
Maquinario	0				21%	0
Utillaje, Herramientas,...	647				21%	0
Mobiliario	3.806				21%	0
Elementos de transporte	0				21%	0
Equipos informáticos	0				21%	0
Otro Inmovilizado Material	0				21%	0
Inmovilizado Inmaterial	300	1%				
Aplicaciones Informáticas	300				21%	0
Arrendamientos Financieros	0					
Otro Inmovilizado Inmaterial	0				21%	0
Inmovilizado financiero	0	0%				
Fianza del local	0					0
Gastos Amortizables	0	0%				
De primer establecimiento	0				21%	0
De constitución	0				21%	0
Total Circulante	33.622	86%				
Existencias Iniciales	33.622	86%				
PRODUCTO A	0				21%	0
	0				21%	0
Cursos de primaria	3.600				21%	0
Cursos de 1a 4 ESO	12.096				21%	0
Bachillerato	10.176				21%	0
Matriculas	1.750				21%	0
	0				21%	0
	0				21%	0
Realizable	0	0%	0	0		0
Hacienda Pública IVA soport	0					
Diantes (*)						
Otros Deudores (*)						
Tesorería inicial / Disponible		0%				
Total Activo	39.000	100%				

	Importe	%
Recursos Propios	14.000	36%
Capital	14.000	36%
Reservas		0%
Resultados del periodo		0%
Aportaciones no dinerarias	0	0%
Subvenciones		0%
Recursos Ajenos	25.000	64%
Créditos Largo Plazo	25.000	64%
	Importe	%
Recursos Propios	14.000	36%
Capital	14.000	36%
Reservas		0%
Resultados del periodo		0%
Aportaciones no dinerarias	0	0%
Subvenciones		0%
Recursos Ajenos	25.000	64%
Créditos Largo Plazo	25.000	64%
Acreeedores L.P. Financieros		0%
Acreeedores L.P. Leasing	0	
<i>C/c Socios y Administradores(*)</i>		
Otros Acreeedores L.P.		0%
Créditos a Corto Plazo	0	0%
Acreeedores C.P. Financieros		0%
Acreeedores Comerciales		
<i>Salarios a Pagar (*)</i>		
Otros Acreeedores C.P.		0%
Total Pasivo	39.000	100%

Cuadro de Amortización Contable (*) ACADEMIA LOS MONTESINOS SL

Concepto	Valor inicial	% amortización	Inversiones año 1	Cuota año 1	Inversiones año 2	Cuota año 2	Inversiones año 3	Cuota año 3
Inmovilizado Material	5.078		0	593	0	593	0	593
Terrenos y bienes naturales	0	0%		0		0		0
Edificios y construcciones	625	3%		19		19		19
Instalaciones	0	12%		0		0		0
Maquinaria	0	12%		0		0		0
Utillaje, Herramientas,...	647	30%		194		194		194
Mobiliario	3.806	10%		381		381		381
Elementos de transporte	0	16%		0		0		0
Equipos informáticos	0	25%		0		0		0
Otro Inmovilizado Material	0	30%		0		0		0
Inmovilizado Inmaterial	300		0	99	0	99	0	99
Aplicaciones Informáticas	300	33%		99		99		99
Arrendamientos Financieros	0			0		0		0
Otro Inmovilizado Inmaterial	0	10%		0		0		0
Gastos Amortizables	0		0	0	0	0	0	0
De establecimiento	0	20%		0		0		0
De constitución	0	20%		0		0		0
Total Anual	5.378		0	692	0	692	0	692

Plan de Inversión: 3 primeros años de actividad
ACADEMIA LOS MONTESINOS SL

Concepto	Estimación Inicial	2.022	2.023	2.024
Total Inmovilizado	5.378	4.686	3.993	3.301
Inmovilizado Material	5.078	5.078	5.078	5.078
A.A.I.M.		593	1.187	1.780
Inmovilizado Inmaterial	300	300	300	300
A.A.I.I.		99	198	297
Inmovilizado financiero	0	0	0	0
Gastos Amortizables Netos	0	0	0	0
Total Circulante	33.622	56.864	39.789	32.857
Existencias	33.622	33.622	38.665	44.465
Realizable	0	0	0	0
Tesorería	0	23.242	1.123	-11.608
Total Inversión	39.000	61.549	43.782	36.158

Capital del Crédito	0	Sumatorio Primer año:	Sumatorio Segundo año:
Interés	4,0%	Cuotas	0
Años	3	Intereses	0
Nº. Paqos por a	12	Capital	0

Periodos	Cuota	Carga financiera	Recuperación coste	Capital Pendiente
1	0	0	0	0
2	0	0	0	0
3	0	0	0	0
4	0	0	0	0
5	0	0	0	0
6	0	0	0	0
7	0	0	0	0
8	0	0	0	0
9	0	0	0	0
10	0	0	0	0
11	0	0	0	0
12	0	0	0	0
13	0	0	0	0
14	0	0	0	0
15	0	0	0	0
16	0	0	0	0
17	0	0	0	0
18	0	0	0	0
19	0	0	0	0
20	0	0	0	0
21	0	0	0	0
22	0	0	0	0
23	0	0	0	0
24	0	0	0	0
25	0	0	0	0
26	0	0	0	0
27	0	0	0	0
28	0	0	0	0
29	0	0	0	0
30	0	0	0	0
31	0	0	0	0
32	0	0	0	0
33	0	0	0	0
34	0	0	0	0
35	0	0	0	0
36	0	0	0	0

Sumatorio Tercer año:	
Cuotas	0
Intereses	0
Capital	0

Cuadro de Amortización del Crédito
ACADEMIA LOS MONTESINOS SL

Capital del Crédito	25.000	Semestrio Primer año:	Semestrio Segundo año:
Interés	5,02	Cuotas	3.182
Años	10	Intereses	1.104
Nº. Pagos por año	12	Capital	1.977
		Capital	2.076

Periodos	Cuota	Intereses	Capital	Capital
1	265	104	161	24.839
2	265	103	162	24.677
3	265	103	162	24.515
4	265	102	163	24.352
5	265	101	164	24.188
6	265	101	164	24.024
7	265	100	165	23.859
8	265	99	166	23.693
9	265	99	166	23.527
10	265	98	167	23.360
11	265	97	168	23.192
12	265	97	169	23.023
13	265	96	169	22.854
14	265	95	170	22.684
15	265	95	171	22.513
16	265	94	171	22.342
17	265	93	172	22.170
18	265	92	173	21.997
19	265	92	174	21.824
20	265	91	174	21.649
21	265	90	175	21.474
22	265	89	176	21.299
23	265	89	176	21.122
24	265	88	177	20.945
25	265	87	178	20.767
26	265	87	179	20.589
27	265	86	179	20.409
28	265	85	180	20.229
29	265	84	181	20.048
30	265	84	182	19.867
31	265	83	182	19.684
32	265	82	183	19.501
33	265	81	184	19.317
34	265	80	185	19.132
35	265	80	185	18.947
36	265	79	186	18.761

Semestrio Tercer año:	
Cuotas	3.182
Intereses	996
Capital	2.184

Pronóstico de Ventas de la empresa:

2.022

ACADEMIA LOS MONTESINOS SL

Ventas	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
PRODUCTO A	Unidades													0
0	Unidades													0
Cursos de primaria	Unidades	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
8,00	Unidades	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9.600
Cursos de 1 a 4 ESO	Unidades	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126	1.512
8,00	Unidades	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008	12.096
Bachillerato	Unidades	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106	1.272
8,00	Unidades	848	848	848	848	848	848	848	848	848	848	848	848	10.176
Matricula	Unidades		6	7	5	7	8	5	7	6	4	9	6	70
25,00	Unidades	0	150	175	125	175	200	125	175	150	100	225	150	1.750
0	Unidades													0
0	Unidades													0
Total		2.656	2.806	2.831	2.781	2.831	2.856	2.781	2.831	2.806	2.756	2.881	2.806	33.622

Los precios son precios medios unitarios de venta.

Pronóstico de Costes Variables de la empresa:

ACADEMIA LOS MONTESINOS SL

Costes Variables	Coste	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales
PRODUCTO A														0
0														0
Cursos de primaria														0
Cursos de 1 a 4 ESO														0
Bachillerato														0
Matricula														0
0														0
0														0
Total Compras	Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Transporte	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comisiones	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costes varios	1%	27	28	28	28	28	29	28	28	28	28	29	28	336
Otros COSTES YA	Total	27	28	28	28	28	29	28	28	28	28	29	28	336

Estacionalidad de las Ventas

ACADEMIA LOS MONTESINOS SL

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Totales	
Porcentaje	7,3%		8,3%	8,4%	8,3%	8,4%	8,5%	8,3%	8,4%	8,3%	8,2%	8,6%	8,3%	100,0%

Estructura de Ventas y de Margenes

ACADEMIA LOS MONTESINOS SL

Producto	Ventas	% s / Ventas	Costes Variables	% s / Costes	Margen Bruto	% margen s / Ventas	% margen s / total
PRODUCTO A	0		0		0		
0	0		0		0		29%
Cursos de primaria	9.600	29%	0		9.600	100%	36%
Cursos de 1 a 4 ESO	12.096	36%	0		12.096	100%	30%
Bachillerato	10.176	30%	0		10.176	100%	5%
Matricula	1.750	5%	0		1.750	100%	
0	0		0		0		
0	0		0		0		
Totales	33.622	100%	0	0%	33.622	100%	100%



Los Recursos Humanos de la Empresa				2.022				
ACADEMIA LOS MONTESINOS SL								
Conceptos	Salario Bruto anual	Ret.IRPF anual	S. Social trabajador anual	Salario Liquidado anual	S. Social Empresa anual	Cuota Autónomos mensual	Otros Gastos Sociales anual	Total Coste Empresa Anual
Socio 1	14.400	2.160		12.240				14.400
Socio 2	14.400	2.160		12.240				14.400
Socio 3		0		0				0
Empleado 1	10.800	540	686	9.574	3.305			14.105
Empleado 2		0	0	0	0			0
Empleado 3		0	0	0	0			0
Empleado 4		0	0	0	0			0
Empleado 5		0	0	0	0			0
Empleado 6		0	0	0	0			0
Empleado 7		0	0	0	0			0
Empleado 8		0	0	0	0			0
Empleado 9		0	0	0	0			0
Empleado 10		0	0	0	0			0
Totales	39.600	4.860	686	34.054	3.305	0	0	42.905

Cotizaciones Seguridad S	Retenciones IRPF:	Cuota Mensual Autónomos:
Empresa: 30,60%	socios 15,00%	242,00 euros
Trabajador: 6,35%	trabajadores 5,00%	
	32,2	

UNIVERSITAS

Cuenta de Pérdidas y Ganancias													2.022	
ACADEMIA LOS MONTESINOS SL													Todos los datos son sin IVA o Impuesto Equivalente	
Conceptos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	%
Ventas	2.656	2.806	2.831	2.781	2.831	2.856	2.781	2.831	2.806	2.756	2.881	2.806	33.622	100%
Costes variables de compra y venta	27	28	28	28	28	29	28	28	28	28	29	28	336	1%
Coste de la M.O.D.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Margen Bruto de Ventas	2.629	2.778	2.803	2.753	2.803	2.827	2.753	2.803	2.778	2.728	2.852	2.778	33.286	99%
Saludos y Salarios		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cargos Sociales	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	3.305	10%
Tributos: IAE, IBI, ...	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600	2%
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	266	3.193	9%
Servicios de profesionales indep.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Material de oficina	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	79	947	3%
Publicidad y propaganda													0	0
Primas de Seguros													0	0
Trabajos realizados por otras empresas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento y reparación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arrendamientos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Varios		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Dotación Amortizaciones	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	692	2%
Otros Gastos Explotación		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Gastos Explotación	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728	728	8.738	26%
Res. Ord. antes lat. e Imp. (B.A.I.)	1.901	2.050	2.075	2.025	2.075	2.099	2.025	2.075	2.050	2.000	2.124	2.050	24.548	73%
Ingresos Financieros													0	0
Gastos Financieros	104	103	103	102	101	101	100	99	99	98	97	97	1.205	4%
Resultado Financiero	-104	-103	-103	-102	-101	-101	-100	-99	-99	-98	-97	-97	-1.205	-4%
Res. Ord. antes Imp. (B.A.I.)	1.797	1.946	1.972	1.923	1.973	1.999	1.925	1.975	1.951	1.902	2.027	1.953	23.343	69%
** Res. Extraordinarios													0	0
Resultado del Periodo antes Imp.	1.797	1.946	1.972	1.923	1.973	1.999	1.925	1.975	1.951	1.902	2.027	1.953		
Res. Acumulado Ejercicio a Imp.	1.797	3.743	5.715	7.638	9.611	11.610	13.535	15.510	17.461	19.363	21.390	23.343		69%

Beneficio Bruto:	23.343	Provisión Impuestos:	4.902	Beneficio Neto:	18.441
-------------------------	---------------	-----------------------------	--------------	------------------------	---------------

Balances Previsionales:								
ACADEMIA LOS MONTESINOS SL								
	Año 0		2.022		2.023		2.024	
	I	%	I	%	I	%	I	%
Activo Fijo	5.378	38,4%	4.686	13,3%	3.993	12,8%	3.301	12,1%
Inmovilizado Material Neto	5.078	13,0%	4.485	12,8%	3.891	12,5%	3.298	12,0%
Inmovilizado Inmaterial Neto	300	0,8%	201	0,6%	102	0,3%	3	0,0%
Inmovilizado Financiero	0		0		0		0	
Gastos Amortizables Netos	0		0		0		0	
Activo Circulante	33.622	240,2%	30.440	86,7%	27.258	87,2%	24.076	87,9%
Existencias	33.622	86,2%	33.622	95,7%	38.665	123,7%	44.465	162,4%
Realizable	0		0		0		0	
Tesorería	0		-3.182	-9,1%	-11.407	-36,5%	-20.389	-74,5%
Total Activo	39.000	278,6%	35.126	100,0%	31.251	100,0%	27.377	100,0%
Recursos Propios	14.000	100,0%	12.102	34,5%	10.306	33,0%	8.616	31,5%
Capital	14.000	100,0%	14.000	39,9%	14.000	44,8%	14.000	51,1%
Reservas	0		0		-1.898	-6,1%	-3.694	-13,5%
Pérdidas y Ganancias del Ejercicio	0		-1.898	-5,4%	-1.796	-5,7%	-1.690	-6,2%
Subvenciones	0		0		0		0	
Pasivo Exigible a largo Plazo	0	0,0%	23.023	65,5%	20.945	67,0%	18.761	68,5%
Financiación Largo Plazo	0		23.023	65,5%	20.945	67,0%	18.761	68,5%
Otros Acreedores (Leasing)	0		0		0		0	
C/c de Socios y Administradores	0		0		0		0	
Pasivo Exigible a Corto Plazo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Entidades de Crédito	0		0		0		0	
Acreedores Comerciales	0		0		0		0	
Salarios a Pagar	0		0		0		0	
Otros Acreedores (H.P.)	0		0		0		0	
Total Recursos Permanentes	14.000	100,0%	35.126	100,0%	31.251	100,0%	27.377	100,0%
Total Recursos Ajenos	0		23.023	65,5%	20.945	67,0%	18.761	68,5%
Total Pasivo	14.000	100,0%	35.126	100,0%	31.251	100,0%	27.377	100,0%
Fondo de Maniobra	8.622	22,1%	30.440	86,7%	27.258	87,2%	24.076	87,9%
Los % de Fondo de Maniobra son sobre el Activo Total.								
Balace cuadrado	-25.000		0		Sí		Sí	

Nombre del participante:	Ana Hurtado Zaragoza y Lucía Hurtado Pérez											
Años de actividad:	2022	2023	2024									
Meses de actividad:	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Fecha de realización:												
IVA soportado o Impuesto Equivalente:	21%									TIPO	%	
										Normal	21	
										Reducido	10	
IVA repercutido o Impuesto Equivalente:	21%									Superred	4	
Tipo impositivo medio:	21%											
Familias de Productos:	PRODUCTO A											
ENTRE 4 Y 8	Cursos de primaria											
	Cursos de 1 a 4 ESO											
	Bachillerato											
	Matricula											