



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

GRADO EN ECONOMÍA

MARÍA JOSÉ SEGURA MEDINA

Trabajo Fin de Grado presentado por María José Segura Medina, siendo la tutora del mismo la Doctora Darkys E. Lujan-García.

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

Dña. Darkys E. Lujan-García

Dña. María José Segura Medina
Sevilla, Junio de 2017



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
GRADO EN ECONOMÍA**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]**

**TÍTULO: LA FACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERA DE UN NUEVO
PROYECTO DE INVERSIÓN: EN LA ACADEMIA LONDON I SCHOOL**

AUTOR: MARÍA JOSÉ SEGURA MEDINA

TUTOR: DÑA DARKYS E. LUJAN-GARCÍA

DEPARTAMENTO: Economía Financiera y Dirección de Operaciones

ÁREA DE CONOCIMIENTO: Economía Financiera y Contabilidad

RESUMEN:

Este Trabajo Fin de Grado trata sobre la puesta en marcha de un nuevo servicio de una academia de idiomas, situada en la provincia de Sevilla y más concretamente en el barrio Los Remedios. Este nuevo servicio consiste en impartir clases de español en los meses de verano a estudiantes extranjeros. Para ello, se ha realizado un análisis del sector, para ver la influencia de los diferentes factores que afectan a la empresa, haciendo hincapié en la situación económica financiera de la empresa. Para llevar a cabo este estudio se emplearon diferentes herramientas de diagnóstico empresarial, empleando básicamente instrumentos de la matemática financiera. Los principales resultados indican que el proyecto es factible económicamente y financieramente.

TÉRMINOS CLAVE:

Financiación; rentabilidad; emprendimiento; academia de idiomas.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	7
1.1 INTRODUCCIÓN	7
1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	7
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.4 METODOLOGÍA	8
1.5 ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	8
CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES.....	9
2.1 INTRODUCCIÓN	9
2.2 MARCO TEÓRICO	9
2.3 PROXIMIDAD AL SECTOR DE LA EDUCACIÓN.....	9
2.3.1 LA ENSEÑANZA EN EL EXTRANJERO	10
2.3.2 SITUACIÓN EN ESPAÑA vs. SITUACIÓN EN EL RESTO DEL MUNDO	10
2.3.3 EL ESPAÑOL EN CIFRAS.....	11
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS EXTERNO	13
3.1 INTRODUCCIÓN.....	13
3.2 ENTORNO GENERAL.....	13
3.2.1 FACTORES POLÍTICOS.....	13
3.2.2 FACTORES SOCIOCULTURALES	15
3.2.3 FACTORES TECNOLÓGICOS.....	16
3.2.4 FACTORES LEGALES.....	16
3.3 ENTORNO ESPECÍFICO.....	17
3.3.1 COMPETIDORES EXISTENTES.....	18
3.3.2 NUEVOS COMPETIDORES	19
3.3.3 PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	19
3.3.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES	20
CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING	23
4.1 INTRODUCCIÓN	23
4.2 PÚBLICO OBJETIVO	23
4.3 SERVICIO	24
4.4 MARCA	25
4.5 PUBLICIDAD	26
4.6 DISTRIBUCIÓN.....	26

CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERA...	27
5.1 INTRODUCCIÓN.....	27
5.2 PRONÓSTICO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA	27
5.2.1 PREVISIÓN DE INGRESOS.....	29
5.2.2 PREVISIONES DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN	30
5.2.3 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	31
5.3 PREVISIÓN DE CUENTAS Y TESORERÍA. FACTIBILIDAD FINANCIERA.	31
5.4 BALANCES PROVISIONALES.....	32
5.5 FACTIBILIDAD ECONÓMICA.....	33
5.5.1 VALOR ACTUAL NETO.....	33
5.5.2 VALOR RESIDUAL	34
5.5.3 COSTE EFECTIVO DE LOS RECURSOS	34
5.5.4 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	35
5.5.5 RENTABILIDAD NETA DEL PROYECTO	36
5.6 BALANCE DE LIQUIDACIÓN.....	36
5.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	37
CAPÍTULO 6: RATIOS FINANCIEROS Y ANÁLISIS DAFO.....	39
6.1 INTRODUCCIÓN	39
6.2 RATIOS FINANCIEROS Y COMPARACIÓN CON OTRAS ACADEMIAS DE IDIOMAS. .	39
6.3 ANÁLISIS INTERNO.....	42
6.3.1 FORTALEZAS	42
6.3.2 DEBILIDADES.....	42
6.4 ANÁLISIS EXTERO.....	43
6.4.1 AMENAZAS.....	43
6.4.2 OPORTUNIDADES	43
6.5 MATRIZ DAFO.....	44
CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES.....	45
7.1 CONCLUSIONES	45
BIBLIOGRAFÍA	47

Relación de Figuras

Figura 1. El entorno de la empresa general.	13
Figura 2. El entorno de la empresa específico.	18
Figura 3. Los servicios según la perspectiva del marketing.....	25
Figura 4. Marca y logotipo de la academia.....	25
Figura 5. Estructura económica para el accionista.....	37

Relación de Gráficos

Gráfico 1. Estudiantes de secundaria que aprenden dos o más idiomas.	11
---	----

Relación de Tablas

Tabla 1. Tipos de licencias de software.	16
Tabla 2. Academias de inglés destacadas en diferentes zonas de Sevilla.	19
Tabla 3. Segmentación del mercado. Público objetivo.	23
Tabla 4. Inmovilizado de la empresa.....	27
Tabla 5. Amortización del inmovilizado.	28
Tabla 6. Tipo de préstamo y características.....	28
Tabla 7. Análisis del préstamo.	29
Tabla 8. Balance inicial.	29
Tabla 9. Cuenta de pérdidas y ganancias.	31
Tabla 10. Corriente de tesorería.	32
Tabla 11. Previsión del balance de situación inicial y de los tres primeros años.	32
Tabla 12. Previsión de flujos de caja después de impuestos.	33
Tabla 13. Valor residual del activo.	34
Tabla 14. Valor residual después de impuesto.....	34
Tabla 15. Cálculo del coste efectivo de los recursos.....	35
Tabla 16. Balance post explotación.	36
Tabla 17. Balance de liquidación.	37
Tabla 18. Análisis de sensibilidad.	38
Tabla 19. Ratios financieros.....	40
Tabla 20. Ratios financieros de la Academia de idiomas LYNNE.....	41
Tabla 21. Ratios financieros de la Academia de idiomas KWK.	41
Tabla 22. Ratios financieros de la Academia de idiomas Bestlanguage School.	41
Tabla 23. Ratios financieros de la Academia de idiomas OUI.	41
Tabla 24. Fortalezas de la empresa.....	42
Tabla 25. Las debilidades de la empresa.....	43
Tabla 26. Las amenazas de la empresa.	43
Tabla 27. Las oportunidades de la empresa.	44
Tabla 28. Matriz DAFO.	44

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Este proyecto es la elaboración de un plan de viabilidad sobre un nuevo servicio de una academia de inglés, *London I School*, que abrió sus puertas en Septiembre del 2016, en Sevilla más concretamente en el barrio de Los Remedios.

Este plan, pretende dar una salida a la academia en los meses fuera del curso escolar, nos referimos a los meses de verano, que es cuando la demanda de españoles para aprender inglés es prácticamente nula. Es por eso cuando surge la necesidad de un nuevo servicio para esos meses.

Este nuevo servicio consiste en un acuerdo de cooperación entre una organización inglesa, una empresa de ocio sevillana y la citada academia para jóvenes que estén interesados en vivir una experiencia en nuestra ciudad y aprender nuestro idioma. Para ello la empresa sevillana les buscaría casa con familias donde alojarse, tendrían sus clases de español en la academia y diversas actividades.

La razón de buscar y perseguir este nuevo servicio es que hablamos de dos jóvenes que en Septiembre deciden emprender un negocio.

El negocio de sus sueños gracias a su vocación, y que durante el curso escolar las aulas se les van llenando cada vez más de alumnos. Como todo comienzo, necesitan obtener los máximos rendimientos sobre su empresa y que mejor forma que utilizando los meses de verano para una nueva aventura, que además les va a reportar beneficios. Ya que en la actualidad, los idiomas son muy necesario, tanto es así que empezaron impartiendo clases de inglés, posteriormente y debido a la demanda ampliaron su oferta a clases de francés y ahora quieren ofertar las clases de español para los extranjeros.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Este trabajo muestra el camino de emprendedor de dos jóvenes que ponen en marcha una idea de negocio y crean una empresa llamada *London I School*, y la quieren ampliar en los meses de demanda escasa o casi nula, ofertando un nuevo servicio dirigido a personas extranjeras que quieren aprender nuestro idioma y vivir la experiencia conociendo nuestra ciudad, Sevilla. Se basan en la evolución del sector educativo y más concretamente en el progreso que los idiomas tienen tanto en la educación como en el mundo laboral.

1.3 OBJETIVOS

El objetivo principal es analizar de forma global la factibilidad de nuevo proyecto de inversión, que consiste en crear un nuevo servicio enfocado a impartir clases de español para extranjeros.

Para conseguir este objetivo, se ha elaborado una serie de objetivos específicos.

1. Estudiar todos los factores que influyen en la empresa, según cada una de las áreas de la empresa lo que hace que se pueda mostrar una valoración más general de la misma.
2. Realizar un análisis de la factibilidad económica y financiera del nuevo proyecto, que incluye un estudio de sensibilidad.
3. Analizar los ratios financieros de la empresa y hacer una comparación con otras academias de idiomas de España.
4. Analizar las amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades de empresa desde el momento de la implantación del nuevo servicio.

1.4 METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo se siguió una metodología que consistió: primero en el análisis de las necesidades de aprender la lengua española en las diferentes poblaciones de países de otra lengua nativa. Segundo, se llevó a cabo una serie de estudios desde diferentes áreas de la empresa. Estos estudios se realizaron con el apoyo de diferentes herramientas de diagnóstico, como: el análisis de la factibilidad financiera mediante el estudio de la evolución de la tesorerías acumuladas, la factibilidad económica con el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y rentabilidad neta, estudios de sensibilidad, análisis de ratios financieros y comparativas con otras academias del país, así como, la aplicación de una matriz DAFO.

Los datos para el trabajo fueron tomados de la propia academia y de las diferentes fuentes bibliográficas.

1.5 ESTRUCTURA DEL TRABAJO

Este trabajo está estructurado de la siguiente forma.

El primer capítulo muestra una introducción sobre el nuevo servicio de la empresa.

El segundo capítulo muestra los antecedentes, es decir, el estudio del sector hacia dónde va dirigido el servicio. Ya que es a los estudiantes extranjeros hacia donde está dirigida nuestra oferta.

El tercer capítulo muestra el análisis externo, en él se hace hincapié la importancia de estudiar el entorno, el mercado, los grupos de interés de la empresa, así como sus competidores.

El siguiente capítulo, el cuarto, nos muestra el plan de marketing, con él dará a conocer las opiniones del público objetivo, así como la posición de la nueva empresa respecto a los competidores.

En el capítulo cinco, el análisis de la factibilidad económica-financiera del proyecto. Para ello, realizaremos un pronóstico de la situación financiera de la empresa. Partiremos de un balance inicial y analizamos sus próximos tres años. Realizaremos los análisis necesarios para saber si la empresa es rentable o no en este nuevo proyecto, utilizando los criterios de valoración de inversiones como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR). Por último, desarrollaremos un análisis de cuenta y su correspondiente balance de liquidación.

En el siguiente capítulo, el seis, desarrollaremos los ratios financieros así como una comparación con otras cuatro academias de idiomas. Haremos también un análisis DAFO, a través de un análisis interno y externo, donde encontramos las debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas de la empresa.

En el último capítulo, el siete, se desarrollan las conclusiones a las que hemos llegado tras la realización del trabajo.

CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES

2.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo, veremos la importancia del español, como idioma, fuera de nuestras fronteras. Analizaremos la enseñanza en España y en el extranjero, a través de la enseñanza reglada y no reglada. Y estudiaremos la importancia de una segunda lengua distinta a la nativa.

El español es el tercer idioma más hablado del mundo, por detrás del inglés y el chino mandarín, y es la segunda lengua más hablada en Estados Unidos. La cultura hispana es bastante extensa, por lo que el español abre la puerta a poder disfrutar de la literatura, cine, etc., y también al turismo, ya que son muchos los países que tienen esta lengua como oficial.

2.2 MARCO TEÓRICO

El concepto más importante es el de emprendedor.

Un emprendedor es aquella persona que está decidida a poner en marcha, con entusiasmo y determinación, una idea de negocio. Todo proyecto de creación de una empresa o de suministrar un nuevo servicio dentro de la empresa surge de la idea de negocio y a ello se le suma la oportunidad de negocio y el espíritu emprendedor del individuo o individuos, siendo muchos los factores que pueden propiciar que la voluntad de emprender. (Durbán et al., 2017).

En el proceso de la incorporación de un nuevo servicio se parte de la base de una buena idea de negocio y un propósito claro. Ahora bien, con la oferta de este nuevo servicio se pretende ampliar la oportunidad de negocio ya existente y puesta en funcionamiento, y además abarcar una determinada demanda que en el momento de la creación no se tuvo en cuenta.

Con este nuevo servicio se cubren unas necesidades específicas del mercado como es la demanda de español para extranjeros, no cubierta con la idea de negocio inicial, para ellos esta oferta debe ser atractiva, rentable y factible.

Para ello, se marcarán una serie de pautas al igual que se hizo para su creación, contando con objetivos claros y específicos de este nuevo servicio que se incorpora en la empresa.

Para poder llevar a cabo este servicio, es necesario contar con una herramienta tan importante como es el plan de negocio, que permite fijar el rumbo de la futura empresa o del nuevo servicio, analizar la idea de negocio y su viabilidad. Por eso, el plan de negocio constituye una herramienta indispensable para los emprendedores, empresarios o gerentes de empresas, para que puedan alcanzar sus metas de implantación o crecimiento en sus empresas y disminuir considerablemente los riesgos que están implícitos en todo el proyecto.

Este plan de negocio es un documento de trabajo en el que se desarrolla la idea de negocio que se desea poner en marcha. Una herramienta de análisis detallado de todos los aspectos significativos, que permitirá generar estrategias para alcanzar el éxito y reducir de forma considerable los riesgos inherentes en la puesta en marcha de una nueva empresa o en un proyecto específico que permita el crecimiento y competitividad de una empresa ya conformada.

2.3 PROXIMIDAD AL SECTOR DE LA EDUCACIÓN

Cuando crearon la empresa tuvieron que tener en cuenta su servicio principal, la enseñanza que se imparte en los centros docentes, para así poder realizar su trabajo

de la mejor forma posible. La Real Academia Española de la lengua la define como: *“Sistema o método de dar instrucción, así como, el conjunto de conocimientos, principios e ideas que se enseñan a alguien”*. La enseñanza española está fragmentada en dos grandes grupos, la reglada y la no reglada, la principal característica se encuentra en la validez académica de los títulos obtenidos.

2.3.1 LA ENSEÑANZA EN EL EXTRANJERO

Las escuelas y universidades inglesas y americanas cuentan con una calidad educativa intachable. Éstas, sólo se pueden dividir en un grupo: no reglada. Para ello, cuentan con asignaturas obligatorias y troncales en todos los cursos, en inglés, matemáticas y ciencias. El resto, son las asignaturas que dependen de la rama por la que opte el alumno y estas son las de ciencias o las de letras, aquí encontramos: diseño y tecnología, tecnología comunicativa e informática, historia, geografía, arte y diseño, lengua extranjera, música, educación física y educación cívica. Además, se cuenta con tres optativas: P.S.H.E (educación personal, social y para la salud), Educación Religiosa (en la que se estudian otras religiones del mundo) y Educación Sexual.

2.3.2 SITUACIÓN EN ESPAÑA vs. SITUACIÓN EN EL RESTO DEL MUNDO

En la actual sociedad, el conocimiento de un segundo idioma no es solo una alternativa o complemento a la formación, sino una exigencia a nivel personal, laboral y educativo. La necesidad de acreditar un segundo idioma, para la obtención de los títulos de grado, hace que sea una necesidad aprender un idioma diferente al nativo. El conocimiento de un segundo idioma, según muestra un estudio¹ europeo presentado por Eurostat, mejora las habilidades y conocimiento de las personas.

Según el citado estudio, España se encuentra en la cola de Europa, a lo que conocimientos de idioma se refiere, sólo el 51% de los españoles entre 25 y 64 años asegura conocer al menos un idioma foráneo, muy por debajo de la media europea que se sitúa en torno al 66%. Sólo los ciudadanos de Bulgaria y Hungría tienen un peor conocimiento de idiomas extranjeros que los españoles.

En este estudio, se muestra que casi nueve de cada diez ciudadanos de la Unión Europea, están convencidos de que el conocimiento de otras lenguas, distintas a la nativa les resultará muy útil. En realidad, hoy en día, las pruebas realizadas a alumnos de 14 países europeos demuestran que aunque el aprendizaje de una segunda lengua es muy importante, sólo un 42% del total es competente en la primera lengua extranjera, mientras que un 25% en su segunda lengua.

Con respecto a la enseñanza de un segundo idioma extranjero los últimos datos de Eurostat revelan que solo uno de cada cuatro estudiantes de secundaria de nuestro país aprende dos o más idiomas, un porcentaje que aleja a España de los países nórdicos y centroeuropeos y que se sitúa a la altura de otros mercados mediterráneos como Italia. (Ver Gráfico 1).

¹ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-990_es.htm

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

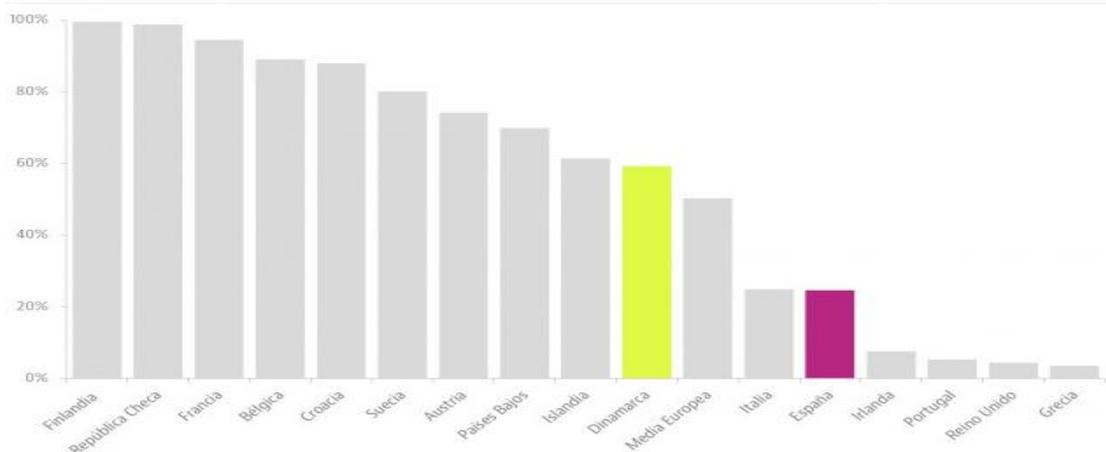


Gráfico 1. Estudiantes de secundaria que aprenden dos o más idiomas.

Fuente: Randstad a partir de Eurostar. www.idealista.com

Como se puede ver en el extranjero la importancia de una segunda lengua e incluso una tercera es algo que tienen muy arraigado, por lo que aprender español (segunda lengua más hablada en el mundo), es algo que puede mover a muchos estudiantes extranjeros a venir a nuestro país, y a apuntarse a academias como la que es objeto de nuestro estudio.

2.3.3 EL ESPAÑOL EN CIFRAS

Determinar el número exacto de lenguas que se hablan en el mundo no es tarea fácil. Esto es debido a que no existe un censo totalmente fiable que recoja de forma precisa los datos relativos a los hablantes de los distintos idiomas del planeta. Se calcula que, se hablan entre 6.000 y 6.500 lenguas en el mundo. Algunos idiomas, cuentan con una población nativa muy extensa, como el chino, el español, el hindi y el inglés. Otros no tienen una población tan extensa como es el caso del francés, el árabe o el portugués. El español², es el tercer idioma de comunicación internacional y también es la segunda lengua más hablada en el mundo como lengua nativa, tras el chino mandarín.

² http://www.iseandalucia.es/c/document_library/get_file?uuid=3330dc35-f9a3-462a-ab8f-ddb9cb918fa1&groupId=10137

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS EXTERNO

3.1 INTRODUCCIÓN

Para analizar correctamente el mercado, se debe, primero centrarse en el estudio del entorno de la empresa y reparar en la existencia del entorno en general y del específico.

3.2 ENTORNO GENERAL

En el entorno general o macroeconómico, hace referencia al conjunto de factores externos que afectan a la empresa, y por tanto, ésta no puede controlar ya que esos factores vienen impuestos por las circunstancias y éstos pueden influir en los resultados. También influyen las condiciones económicas como los ciclos de expansión o recesión y los cambios en el nivel general de vida. Otra variable importante es el tipo de sistema político y finalmente la condición del ecosistema, demografía y sistema cultural.

En éste análisis, vamos a proceder a categorizar las influencias del mismo en los siguientes factores que recoge el siguiente gráfico que posteriormente detallaremos. Ver figura 1.

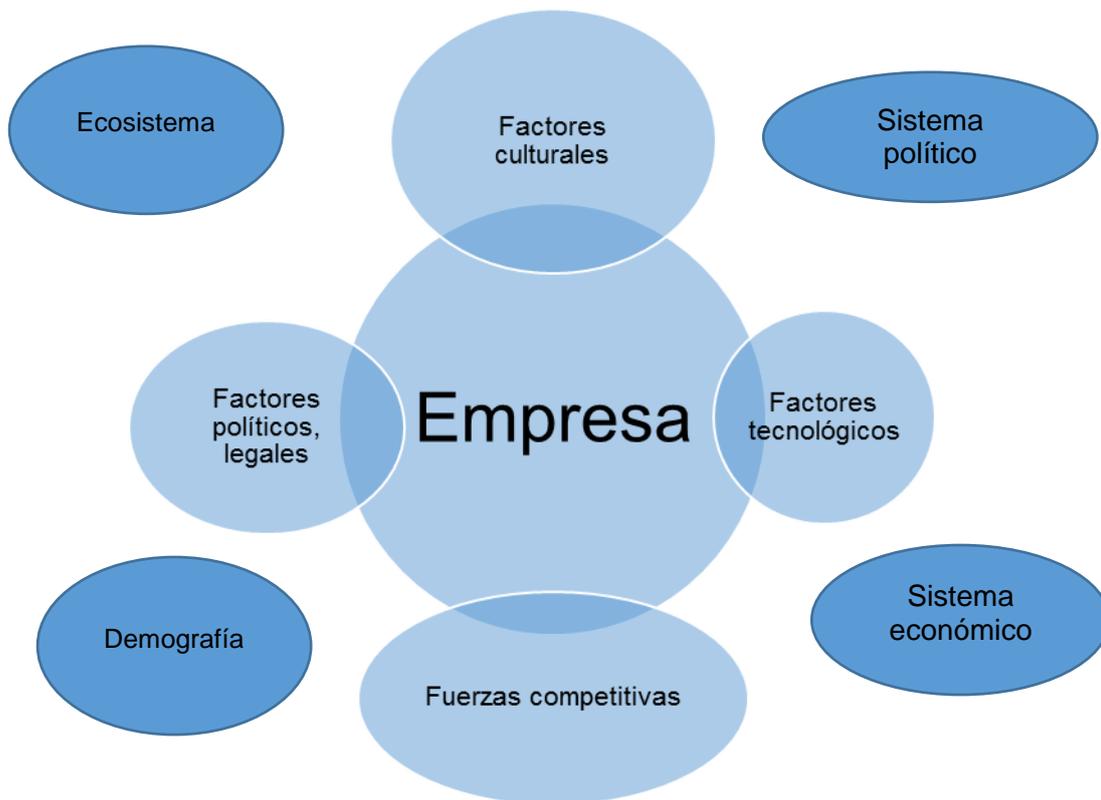


Figura 1. El entorno de la empresa general.

Fuente: Elaboración propia

3.2.1 FACTORES POLÍTICOS

Tanto Reino Unido ³como Estados Unidos, cuentan con una educación superior muy prestigiosa en el mundo con resultados internacionales positivos en los últimos años,

³ <http://www.europapress.es/sociedad/noticia-son-idiomas-mas-estudiados-cada-pais-mundo-20160509120804.html>

ya que según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) se sitúan entre las diez naciones con mayor nivel cultural y educativo del mundo.

Estos resultados tienen mucho que ver con su sistema educativo que tiene las siguientes características:

- La educación en Reino Unido es obligatoria y gratuita, como en España la educación es obligatoria hasta los 16 años aunque la mayoría de los estudiantes continúan hasta los 18 años. Igualmente existen centros independientes de pago, pero cualquier persona puede acceder a una educación gratuita de calidad. En cambio, en EE.UU, la educación es prácticamente privada en todos los niveles.
- Se utiliza el uniforme en casi todos los centros escolares, ya sean públicas o privadas, el objetivo es fomentar la identidad y el orgullo de pertenencia a un grupo, así como promover la disciplina y la igualdad.
- Desde los 14 años los alumnos tienen libertad de asignaturas, sólo se estudian tres materias comunes (Inglés, Matemáticas y Ciencias) y otras opcionales con un mínimo de 5 y un máximo de 12, entre una gran variedad de materias, entre ellas las lenguas extranjeras (Según un estudio del British Council el español es la lengua extranjera más estudiada en el Reino Unido, seguido del árabe, el francés y el alemán, aunque en los estudios superiores el alemán es el más estudiado por factores económicos y de negocios). Esta libertad de elección de asignaturas hace que los alumnos enfoquen su futuro con apenas 14 años.
- La Educación sexual y la religión son asignaturas obligatorias desde los 11 a los 14 años.
- Se apuesta por la creatividad, interactividad y autonomía del alumno con el objetivo de que el aprendizaje tenga un elemento de integración y actividad en las aulas.
- Se favorece la investigación.

Los principales factores políticos que influyen en el prestigio de la educación en estos países son los siguientes:

- ✓ La inversión, en Reino Unido, en educación está por encima de la media europea (4,94% PIB 2013) alcanzando en 2013 el 5,68% del PIB, más de un punto por encima de la inversión de España que en el mismo año 2013 alcanzó el 4,30% del PIB, según los datos proporcionados por el Banco Mundial. En EE.UU, el gasto público en educación ha ido disminuyendo con el tiempo, debido a que en su mayoría es privada.
- ✓ Cerca del 50% de los alumnos va a la Universidad contando con una alta formación académica y lingüística. El 43% de las mujeres y el 41% de los hombres terminan la educación superior siendo esta tasa una de las más altas entre los países de la OCDE. Además de este alto porcentaje es de reseñar la alta calidad de los estudios que se cursan.

También hay que destacar que según un informe de la British Council determina que en el Reino Unido, a pesar de su excelente calidad en la enseñanza existe una carencia de habilidades lingüísticas para el futuro, revelando que tres cuartos de la población del Reino Unido es incapaz de mantener una conversación en cualquiera de los 10 idiomas más importantes.

Para revertir esta situación, el British Council considera que todos los estamentos políticos y gubernamentales deberían de poner de su parte para solucionar este problema futuro tanto en jóvenes como en adultos, ya que como asegura el informe *“el déficit de lenguas es una amenaza para la competitividad británica”*.

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

En este contexto de carencias lingüísticas y para favorecer la movilidad de los estudiantes se modificaron los planes de estudios en la mayoría de los países de la UE en el proceso de Bolonia, poniendo como objetivo de cara al año 2020, que al menos el 20% de los titulados en el Espacio Económico Europeo deberían haber completado un periodo de estudio o formación en el extranjero, con la acreditación, de al menos una lengua extranjera a la de origen, lo que está provocando unos importantes flujos de movilidad durante todo el año; durante el periodo lectivo, gracias principalmente a las becas Erasmus, y durante los periodos vacacionales la movilidad se establece para realizar cursos intensivos en los países propios de la lengua a estudiar, en nuestro caso son numerosos los alumnos británicos que aterrizan en España en verano para estudiar y practicar el idioma.

No sólo se han establecido medidas para favorecer la movilidad a alumnos universitarios y entre Universidades, también han aparecido programas, medidas y ayudas para favorecer a personas de otros ámbitos el aprendizaje de otra lengua, así como el intercambio cultural que produce la movilidad.

Programas menos conocidos como *NordPlus* para favorecer la movilidad hacia países bálticos o CEEPUS para centro América, Europa del Este o el Sudeste asiático son otros programas que pueden utilizar los alumnos europeos para poder mejorar sus competencias lingüísticas, muchos de ellos con destino final España por sus buenas condiciones sociales, climáticas y culturales, y por ser una de las lenguas más importantes en el mundo por ser hablada por millones de persona y ser lengua oficial en diferentes organismos oficiales como la ONU.

Por último se puede indicar que como consecuencia de la salida de Reino Unido de la UE tras el Brexit⁴ del pasado 23 de junio de 2016 todo hace indicar que no afectará a los programas de movilidad entre Universidades europeas, principalmente el programa Erasmus, ya que a pesar de ser un programa fruto de un pacto comunitario pero no hay que ser necesariamente miembro de la UE para poder acogerse a él, como los casos de Noruega, Islandia y Liechtenstein que sin ser países miembros recibe y envían alumnos con beca Erasmus, por lo que podría ocurrir lo mismo con el Reino Unido.

De igual forma también existen universidades británicas con acuerdos bilaterales con universidades de otros países europeos, y son estas instituciones las que llegan a acuerdo y convenios para favorecer la movilidad de sus alumnos tanto en periodos lectivos como no lectivos para la mejorar lingüística de sus alumnos.

3.2.2 FACTORES SOCIOCULTURALES

Es importante conocer el barrio donde se sitúan, Los Remedios, en Sevilla. Conocer la cantidad de personas que residen en él así como el porcentaje de ciudadanos que están comprendidos en cada uno de los diferentes estratos de edades, ya que entre ellos se encontrará en público objetivo de sus servicios en la temporada escolar. Al igual que ocurre durante el curso escolar, tenemos también que informarnos sobre la cultura, gustos y costumbres de los ingleses, ya que hacia Reino Unido va dirigida la oferta de la academia en los meses de verano.

Los Remedios, la población censada es de 25.172 personas. El hecho del aprendizaje de un segundo idioma es muy importante tanto para el mundo laboral como para los estudios en el colegio y posteriormente en la universidad ya que es requisito indispensable para obtener un título de grado de la universidad.

El turismo, gran fuente económica de España es otra de las causas por las que se reclama el conocimiento de otras lenguas. Es un sector que maneja unas cifras importantes de ingresos y personas que se ven implicadas en él. Además, existe un

⁴ http://www.eldiario.es/sociedad/pasara-becas-Erasmus-Brexit_0_531597747.html

empleo vacacional de este sector que ocupa una cifra importante del volumen total de empleo generados en nuestro país.

Los ingleses son amantes del deporte y de la música entre otros, buenos amantes de la comida, la cerveza y el té. Gran responsabilidad por sus estudios y perseguidores de sus sueños. Cuentan con grandes universidades de renombre como son las universidades de Cambridge o de Oxford. Además, España y más concretamente sus costas somos un gran requisito para sus vacaciones de verano.

No somos tan distintos unos de otros y es que muchos españoles se encuentran en el extranjero, sobre todo en países de habla inglesa, aprendiendo su idioma, disfrutando de sus ciudades, de su gente y de su cultura y eso mismo es lo que pretende este nuevo servicio de la academia que ellos vengan a España a conocer nuestra cultura, nuestras ciudades y calles nuestra gente y por supuesto nuestro idioma.

3.2.3 FACTORES TECNOLÓGICOS

La inversión en I+D+I sigue siendo una asignatura pendiente en el nuestro país. Aun así, existen tecnologías apropiadas que apoyen y facilitan el aprendizaje de idiomas, como el uso de audiovisuales, complementos multimedia informáticos y múltiples recursos basados en internet que tantas puertas nos abre.

La libertad de transferencia de conocimientos en el ámbito de las nuevas tecnologías aplicadas a la formación es muy favorable. Encontramos varias licencias de software⁵, que hacen que mejore la calidad de sus productos o servicios, utilizando derechos que pertenecen a terceros y se encarnan en una patente, un modelo de utilidad, o conocimientos especializados protegidos mediante un secreto comercial. A través de un acuerdo entre el licenciante y el licenciatarario se autoriza a utilizar su tecnología de conformidad con ciertos términos y condiciones previamente convenidos. Ver tabla 1.

Tipo de licencia	Descripción	Atribución del autor o del tipo de licencia
GNU GPL	Libre, abierta y gratuita	Si
AGPL	Libre, abierta y gratuita	Si
BSD	Libre, abierta, permisiva, gratuita. Con cláusula de advertencia	No
Apache	Libre, abierta, gratuita. Con copyright y disclaimer	Si
Creative Commons	Libre, gratuita. Con propiedad intelectual	Si

Tabla 1. Tipos de licencias de software.

Fuente: BBVA Open4u

Con estas licencias, el desarrollador tiene la posibilidad de elegir lo que considere más conveniente para su trabajo. Así, para la ampliación del nuevo servicio que va a ofrecer la academia, *London I School*, la licencia que más se ajusta a sus necesidades es la Licencia GPL, esta licencia es la más utilizada para las empresas y se suele conocer como GNU GPL. Con ella, el desarrollador conserva los derechos de autor, pero permite su libre distribución, modificación y uso. Está considerada como la primera licencia *cpyleft*.

3.2.4 FACTORES LEGALES

Las academias privadas deben de cumplir con un determinado contrato de servicios. El Plan de Actuación en materia de cláusula abusivas, recoge dos posibles modelos

⁵ <https://bbvaopen4u.com/es/actualidad/las-5-licencias-de-software-libre-mas-importantes-que-todo-desarrollador-debe-conocer>

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

de contrato donde se regulan las actuaciones y situaciones que se deben producir de manera que no se vean perjudicados los consumidores. Los encargados de su elaboración fueron, la Conferencia Estatal de Centros y Academias Privadas (CECAP), como representante del sector y, por la otra parte, la Asociación Nacional de Centros de Educación a Distancia (ANCED). Este tipo de contratos hace referencia sólo a la parte no reglada, que es donde se encuentra la empresa que va a prestar el servicio. Existen dos posibles modelos, uno que se centra en los cursos completos de duración determinada, como es el caso del servicio actual que presta la academia y del nuevo servicio que quiere implantar, y otro distinto, para aquellos cursos que no tengan una duración concreta, sino que finalicen cuando así lo deseen las partes contratantes. Entre los contenidos de dichos contratos se va a encontrar información acerca de las partes intervinientes, sus derechos y obligaciones, las posibles formas de pago que van a existir (en el caso de esta academia existen varias formas de realizar el pago: pago único, con un 10% de descuento sobre la totalidad del curso, pago trimestral y pago mensual), los precios (con descuentos al realizar el pago único, descuentos por familiares cursando en la academia, descuentos por amigos cursando en la academia, descuentos por desempleados y muchos más) y los materiales que se van a necesitar en cada curso concreto así como la manera de conseguirlos tanto fuera como dentro de la academia.

La formalización⁶ de estos contratos se ajusta a lo dispuesto en el artículo 10, 10 bis y Disposición Adicional Primera de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de Consumidores y Usuarios. Además, deberán cumplir con otros requisitos las academias como, incorporar en el centro y a la vista de todos los alumnos, un tablón de anuncios (la academia ya cuenta con esto, situado enfrente de la puerta de entrada de la academia), donde se recoja la razón y domicilio social de la empresa así como la titularidad del centro. Además, deberán poner los cursos que imparten en la academia, las diferentes formas de pago y el horario de atención al público; también, deberá tener visible la existencia o no de período de desistimiento, así como los plazos y forma de ejercitarlo.

Se debe tener la licencia de apertura del local antes de comenzar cualquier actividad, que la otorga el Ayuntamiento de Sevilla; y a su vez abonar las tasas. Estos requisitos se cumplen ya que al ser un nuevo servicio para los meses de verano, la academia cuenta con todos sus papeles al día y todos los requisitos necesarios para funcionar hecho que hace desde Octubre del 2016.

3.3 ENTORNO ESPECÍFICO

Analiza la industria donde opera la empresa. Lo que afecta a cada empresa, y en particular, a su entorno económico. Vamos a proceder a categorizar las influencias del mismo. Ver figura 2.

⁶ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>



Figura 2. El entorno de la empresa específico.

Fuente: Elaboración propia

3.3.1 COMPETIDORES EXISTENTES

En la localidad de Sevilla y más concretamente en las zonas de Sevilla Centro, Triana, Los Remedios y Nervión cuentan entre estos cuatro barrios con más de 20 academias de idioma. Si nos centramos en academias que traigan estudiantes extranjeros a Sevilla en los meses de verano o durante el curso observamos que más o menos la mitad de ellas ofrecen ese servicio (destacando que las más antiguas y con más nombre que son las principales academias casi la totalidad los ofertan los cursos de verano o anual para estudiantes extranjeros) por lo que existe un gran número de competidores tanto para la academia con sus cursos de idiomas durante el curso escolar como para el nuevo servicio de traer estudiantes extranjeros para que aprendan español a Sevilla.

Por lo que nos encontramos con una industria fragmentada y madura, con un gran número de competidores. El desarrollo de los nuevos planes de educación y los requisitos para acceder a un puesto de trabajo hacen que muchas personas encuentren una salida en las academias privada de idiomas ya sea para formarse para el futuro como para desarrollarse a nivel profesional y empresarial. Por ello, no se prevé que disminuya esta demanda, es más se prevé que siga aumentando con grandes perspectivas de auge, ya que la formación en idiomas continúa siendo una necesidad constante y creciente como he indicado anteriormente.

Las barreras a la movilidad dentro de los diferentes segmentos de la industria, son escasas, añadiendo así otro motivo más a la fuerte competencia.

Dentro del gran número de competidores existentes, podemos destacar los que más repercusión tienen en Sevilla capital. Ver tabla 2.

Academia	Logo	Zona	Trae estudiantes extranjeros
Giralda Center		Centro	Sí
Enforex		Centro	Sí
Clic, Centro de lenguas e intercambio cultural. International House Sevilla		Centro	Sí

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

Instituto Británico Sevilla		Centro	Sí
Sevilla Habla! Languages		Centro	Sí
Coucke's English Academy Sevilla 1		Nervión	No
English Time School		Nervión	No
The English Business		Triana	No
Academia Books		Los Remedios	No
London Center		Los Remedios	No
Escuela de Idiomas Carlos V		Los Remedios	Sí

Tabla 2. Academias de inglés destacadas en diferentes zonas de Sevilla.

Fuente: Páginas Webs de las academias. Elaboración propia

Los servicios ofrecidos no se diferencian. Las verdaderas diferencias se encuentran en el método didáctico utilizado, donde en la mayoría de los casos centran su atención en el estudio de la gramática y vocabulario, descuidando la pronunciación y el oído, siendo estos puntos importantes.

Ante un sector tan competitivo, donde poder elegir entre muchas academias, la fidelización de cliente es la base de esta estrategia, ya que el boca a boca y unos precios competitivos hacen ganar muchos clientes, más que cualquier otra publicidad.

3.3.2 NUEVOS COMPETIDORES

La barrera de entrada y salida de este sector son bajas. La barrera emocional, nos encontramos con que las clases son llevadas a cabo por hablantes nativos o personal cualificado. Los costes fijos de salida, son uno de los tipos de contrato anteriormente mencionados en las academias de idiomas, y estos se basan en cursos integrales de importe elevado y larga duración. Con el que la empresa establece un compromiso temporal (6 meses, 12 meses, o más). Ofreciendo al cliente ciertas ventajas (descuentos, bonificaciones, promociones, etc.), frente al pago mensual recurrente.

Debido a la facilidad de poder abrir una academia de idiomas en Sevilla, es necesario ganar ventaja frente a la competencia, para ello es necesario renovarse continuamente y contar con una estrategia empresarial. Como ya he mencionado anteriormente, la facilidad de entrada en el sector, terminan entrando en juego varios competidores potenciales, como es el caso de las empresas de tele formación, las cuales utilizan la tecnología pero tienen el gran *hándicap* de no tener contacto presencial con el alumno. Otro de los competidores potenciales, son las clases particulares, éstas si mantienen el contacto directo con el alumno, pero la metodología utilizada no tiene buena reputación, ya que para diferenciar el servicio es importante el método de estudio.

3.3.3 PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Los productos sustitutos, pueden definirse, como aquel que satisface las mismas necesidades de los clientes que el producto que ofrece el sector o la industria. Por ello,

a medida que en una industria aparezcan nuevos productos sustitutivos, su grado de atractivo tenderá a decrecer y, por tanto, sus expectativas de rentas superiores.

Podemos suponer que los clientes potenciales de una academia de idiomas y más concretamente de estudiantes extranjeros que vengan a Sevilla a aprender español son:

1. Mejorar el nivel del idioma ya poseído y superar exámenes oficiales de idiomas.
2. Vivir una experiencia aprendiendo un idioma.
3. Nivel B1 o B2 para los estudiantes universitarios de grado y para superar las pruebas de español para el mundo universitario, laboral o escolar.

Los objetivos de los clientes suelen ser muy concretos. Cuanta más especificación, más complicado es sustituir el servicio.

No obstante, la amenaza de los servicios sustitutivos se encuentra también en:

1. El precio del servicio, hablamos de un mínimo de estancia en el extranjero de dos semanas.
2. Los costes de cambio a los servicios alternativos.
3. La obsolescencia que los productos sustitutivos incorporan en los productos de la industria.

Hay que tener en cuenta a los estudiantes autodidactas. El autoaprendizaje está aumentando considerablemente, y las nuevas tecnologías aplicadas están ganando terreno frente a la enseñanza presencial.

3.3.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES

Los clientes buscan mejoras en la calidad del servicio, es por ello, que empujan al sector industrial para que bajen los precios, además debido a la competición existente, hacen que compitan entre ellos. Un problema al que se enfrenta la empresa, será que al ser nueva y ofrecer por primera vez este servicio, no cuenta con el apoyo de la experiencia. Además se enfrentará a los costes bajos de cambio al proveedor. Por lo que, el primer contacto con el cliente es muy importante, ya que éste debe percibir una combinación calidad-precio aceptable. Esa percepción debe perdurar en el tiempo, y a poder ser, mejorar en los clientes que contraten este servicio. El poder de negociación de los clientes es considerablemente alto.

Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre esta industria a través de amenazas de elevación de precios o reducción de la calidad de los productos o servicios. Al ser una empresa de servicios, la academia de idiomas tanto en la actualidad como en el futuro necesita principalmente suministros como luz, agua, material de estudio, mobiliario, sistemas informáticos, teléfono, etc. Esto hace que el poder de negociación de los proveedores sea relativamente bajo.

Hay que cuidar desde la primera visita o contacto siempre al cliente, desde que pide información hasta que abandona la empresa. Ya que la percepción sobre la profesionalidad de la empresa debe ser muy sólida, y en esto están las tres empresas que forman este nuevo servicio de acuerdo en que es un factor muy importante. De este modo:

1. Los comerciales de la empresa deben conocer completamente los servicios de la academia, para saber orientar y conducir al potencial alumno.
2. La coordinación de las empresas tanto para la captación del alumnado como para su estancia en Sevilla, para su educación y actividades debe ser simétrica. Ya que, si el alumno cumple sus expectativas, éste recomendará los servicios de la empresa en su entorno (factor muy importante para la empresa que se lanzan en este nuevo servicio).

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la
academia *London I School*

3. Ante el poder de negociación de los clientes, la empresa deberá prever una serie de herramientas (herramientas que ya en la actualidad realizan todas las empresas que van a ofrecer este servicio) para captar, convencer y mantener clientes como: descuentos, promociones estacionales, bonos de actividades consumibles por sesiones.

CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING

4.1 INTRODUCCIÓN

Este capítulo del trabajo contiene puntos clave para el lanzamiento de este nuevo servicio. Nos vamos a centrar en el servicio que ofrece la empresa y las estrategias del marketing mix que marcarán la diferencia con el resto de las empresas competidoras y posicionará a la entidad en el mercado.

4.2 PÚBLICO OBJETIVO

El servicio está enfocado en dos segmentos, utilizando como referencia divisora la edad y el nivel de idioma. El primero, es el de los jóvenes, que abarca una edad comprendida entre 10 y 17 años, y el de los adultos que abarca desde los 18 años en adelante y que podemos subdividir este segmento en niveles, B1, B2 y C1. Los dos públicos objetivos, es decir, serán personas extranjeras, que es hacia donde principalmente está dirigida nuestra oferta.

Por tanto, la manera en la que se debe atender cada grupo no puede ser la misma, y es aquí, precisamente, donde surge la diferenciación, ya que cada grupo reclamará unas necesidades específicas distintas.

Respecto al público objetivo, es aquel colectivo de personas al que se dirige la actividad de la empresa, que poseen características en común. En este caso será la edad, el factor demográfico que se va a utilizar para segmentar. (Durbán et al., 2017).

Para ellos se adaptarán a las necesidades y objetivos de cada segmento, y seguirán una estrategia de marketing segmentado, ya que cada segmento se puede, diferenciar fácilmente a través de la edad de los clientes. Debido a las competencias, es necesario ser diferenciarse, ya que el servicio de enseñanza será diferente dependiendo del segmento y nivel al que vaya dirigida.

A ambos segmentos, se les ofrece la posibilidad de acceder al aprendizaje del español, conocer la ciudad y realiza diversas actividades. Estas empresas ven gran potencial en ambos segmentos, debido a que por la pronta edad para empezar a estudiar los idiomas los niños, son como una esponja que absorben todo lo que ocurre en su entorno. Los expertos recomiendan no inscribir a los niños en un curso fuera de su país hasta los 10 ó 12 años, puesto que en esa edad ya comienzan a ser autónomos. Y también para los mayores de edad, debido a que buscan una experiencia, aprender o mejorar su idioma para su futuro laboral, encontrar trabajo (ya que el idioma se está convirtiendo en un requisito fundamental para conseguir un puesto de trabajo) o simplemente para poder terminar sus estudios de grados. También hay personas que acuden a la academia por hobby, ya sea por aprender, porque le gusta conocer nuevos idiomas, etc. Ver tabla 3.

	Durante el curso escolar español		Durante los meses de verano
	Clases de inglés	Clases de francés	Clases de español
0-9 Años	✓	✓	
9-17 Años	✓	✓	✓
Más 17 Años	✓	✓	✓

Tabla 3. Segmentación del mercado. Público objetivo.

Fuente: Elaboración propia

Para hacerse un hueco en el mercado, es decir, para posicionarse, busca destacar en la relación calidad-precio. Es por ello, que deberán ofrecer una diferenciación con respecto a su competencia. Las empresas basarán sus servicios de enseñanza, alojamiento y actividades en distintos precios dependiendo de las semanas de

estancia que se contraten (mínimo dos semanas). Estos precios serán razonables pero no excesivamente bajos ya que no disponen de beneficios económicos tales como subvenciones u otras ayudas de este calibre ofreciendo un servicio de calidad. Por lo que hablamos de precios económicos.

Además, buscan ofrecer al cliente toda la información que este necesite sobre los servicios y alojamiento que ofrece, bien sea en persona, por teléfono, por correo electrónico o por la web.

El pago de los cursos se hará mediante ingreso de la cuantía en una cuenta bancaria perteneciente a la empresa.

Si tenemos en cuenta la relación mercado-producto, nos encontramos con que la academia estaría identificada con un crecimiento natural, ya que tanto el producto como los servicios, así como el nuevo servicio, para los meses de verano como el mercado ya existen.

4.3 SERVICIO

La primera de las estrategias a desarrollar del marketing mix, ya que se relaciona con el servicio que ofrece la empresa. Debemos especificar muy bien este nuevo servicio ya que de él van a depender las estrategias a seguir, el precio, las promociones y distribución.

Este proyecto está enfocado a la enseñanza del español, a que los estudiantes extranjeros que quieran aprender o perfeccionar nuestro idioma vivan la experiencia de hacerlo en una de las ciudades más bonitas de España. Para ello, contarán con alojamiento en familia, en pensión completa, para poder practicar y ver las costumbres, culturas, gustos y gastronomía que tenemos aquí. Además contarán con sus clases de español y muchas actividades donde conocer la ciudad, sus monumentos, su gastronomía y los miles de rincones que esconde esta ciudad; así como realizar actividades en los alrededores ya sean deportivas o culturales. Para ello, la academia cuenta con su oferta dirigida durante los meses vacacionales, comprendidos entre Junio y Septiembre. Servicio dirigido hacia los extranjeros que quieran aprender español, con profesionales cualificados, una academia nueva, moderna y muy divertida. El objetivo de esta empresa, es conseguir que los alumnos aprendan y a la vez, se sientan motivados para ello, para que esto ocurra es muy importante que no lo vean como una obligación.

Centrándonos en la academia, los cursos son presenciales y van dirigidos a personas desde los 10 años en adelante. La empresa tiene como objetivo la enseñanza de un idioma de manera divertida y amena. Por ello, las clases se basan en actividades teórico-prácticas.

Para ello, los clientes percibirán servicios como, la cualificación y preparación del personal. La calidad y modernización con la que cuentan las clases. El tiempo que el personal le dedica a la atención de los alumnos. La publicidad que la empresa lleva a cabo para atraer la atención del público objetivo. Los clientes a los que va dirigido que son desde los 10 años en adelante.

Además la academia cuenta con una serie de características para posicionarse mejor que son la inmediatez y eficacia con la que resuelven dudas debido a que cuentan con un amplio horario donde atienden al cliente para las posibles necesidades que éstos puedan tener. Además garantizan la consecución de conocimiento superior al mercado por el alumno en la prueba de nivel.

La realización de estos cursos es de mínimo dos semanas o 15 días, comenzando en Junio y terminando en Septiembre. Serán cursos intensivos. Con este servicio la academia de idiomas, *London I School*, prestará sus servicios durante todo el año.

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

Para poder observar mejor el servicio, lo vamos a descomponer en tres grandes bloques. El primer bloque, es la parte esencial, es la que hace referencia a las necesidades fundamentales. Y es que como hemos dicho a lo largo del trabajo, es fundamental y necesaria la adquisición de idiomas distintos al nativo. El segundo bloque lo engloba, el perceptible, con esto queremos decir que el cliente del servicio tiene un contacto directo en las instalaciones de la academia así como del personal de ella. Y el tercer y último bloque, se conoce como incrementado, que está basado en la obtención de la calidad y la excelencia a través de la prestación de un servicio. Es por eso, que el último nivel es el más difícil de alcanzar, puesto que la calidad es un factor subjetivo para el cliente donde influyen muchos factores. Ver figura⁷ 3.

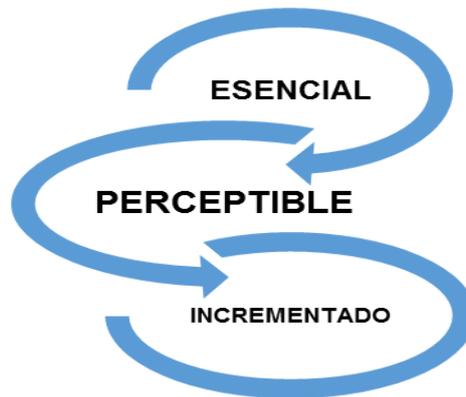


Figura 3. Los servicios según la perspectiva del marketing.

Fuente: Elaboración propia

4.4 MARCA

El nombre de la empresa es, *London I School*, y aunque este nombre lo tiene desde que abrieran sus puertas, viene perfecto para este nuevo servicio ya que es en Reino Unido donde va dirigida la oferta. Aunque es una unión de tres empresas, cada empresa va a conservar su nombre y logo por lo que sólo tienen un acuerdo de colaboración para la realización de este servicio.

Para la elección de este nombre, buscaron un nombre pegadizo con juego de palabras y que tuviera chispa. A continuación os mostramos el logotipo y marca de la empresa. Ver figura 4.



Figura 4. Marca y logotipo de la academia.

Fuente: Academia de idiomas London I School

⁷ https://prezi.com/1fzow7_7-klg/niveles-de-servicio/

4.5 PUBLICIDAD

La publicidad es la información para los clientes sobre los servicios y convencerlos para adquirirlos.

Debido a que nuestra oferta es para fuera de nuestra frontera, hace que nuestro margen de maniobra sea escaso, pero gracias a las nuevas tecnologías cuentan con internet que es el gran aliado donde publicitar sus cursos de verano en la web. Además y gracias a una de las empresas colaboradoras que tiene una pequeña sede allí, contamos también con publicidad en papel y en las web de las empresas colaboradoras. Con esta publicidad se pretende poner en marcha la estrategia de comunicación y promoción como es dar a conocer la empresa, conseguir fidelizar a los nuevos clientes, conseguir la aprobación de los métodos utilizados para la enseñanza por parte de los clientes y conseguir que los clientes que reciban información sobre los servicios que ésta ofrece, terminen satisfechos.

4.6 DISTRIBUCIÓN

El local se encuentra en la calle Monte Carmelo número 66, es una zona céntrica del barrio de Los Remedios. El local cuenta con 264 metros cuadrados distribuidos de la siguiente forma: amplia recepción, dos despacho, una sala de juntas, cuatro clases para jóvenes y adultos, una clase infantil, una sala de profesorado, un espacio dedicado a la lectura que cuenta con una amplia librería de libros en inglés, francés y español para que todos los alumnos puedan disfrutar de ellos, y al final del local cuentan con una sala de cine chica. Además cuenta con dos grandes cuartos de baño uno para hombres y otro para mujeres. El barrio de Los Remedios es un barrio céntrico de Sevilla, se encuentra a pocos minutos andando del centro de Sevilla y cuenta con multitud de comercios alrededor. Es una zona de muchos aparcamientos y cuenta con dos colegios concertados en el barrio y un centro adscrito de la Universidad de Sevilla.

El horario de apertura será de 10-22h. Las clases tendrán una duración 4h, donde en mitad de la clase se hará un breve descanso. El contacto con la empresa será dentro de la franja horario de apertura establecida anteriormente, ya sea presencial, vía email o por teléfono.

CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD ECONOMICO-FINANCIERA

5.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se analizan algunas variables financieras de la empresa. En primer lugar, se analiza la rentabilidad del proyecto. La rentabilidad se calculará mediante el análisis de los diferentes criterios de valoración de inversores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR). Además, analizaremos la sensibilidad, que nos permite analizar las desventajas y ventajas económicas del proyecto. Por último, se ha realizado la liquidación de la empresa para conocer si el proyecto ha proporcionado beneficios tras tres años de actividad.

Los datos se han pronosticado con la mayor precisión, recogiendo todos los aspectos relevantes a tener en cuenta, como: el plan de inversiones, el plan de financiación, la correspondiente previsión de ventas, de tesorería y de gastos de explotación, también se realizará, un balance provisional de los tres primeros años para observar cómo evolucionará la nueva empresa ya que es muy reciente y con este nuevo servicio, con su correspondiente cuenta de pérdidas y ganancias.

5.2 PRONÓSTICO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA

En primer lugar, la academia debe hacer una previsión de las diferentes políticas financieras de la empresa. Con esta información se van a elaborar algunos de los futuros estados contables de la misma para los próximos tres años.

Un plan de inversiones⁸ es un modelo sistemático, unos pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones (actuales o futuras) hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir el riesgo a la hora de invertir. Para realizar una inversión, son necesarios unos recursos, ya que la inversión son los recursos necesarios para la puesta en marcha y su posterior funcionamiento de un proyecto. Al ser una academia de idiomas, su mayor inversión se centrará en el equipamiento del centro con el material didáctico y mobiliario necesario para impartir clases, así como las patentes necesarias, licencias y marcas.

El inmovilizado material será la cuenta que predomine en el activo, compuesta por los bienes muebles y en equipo. Los bienes muebles son los necesarios para amueblar el local como son las sillas, mesas, estanterías, pizarras, etc. Los bienes de equipo son las nuevas tecnologías como son los ordenadores, impresoras, pizarras digitales, etc. Ver tabla 4.

TOTAL MOBILIARIO	3.230 €
Ordenadores	2.244 €
Pizarra digital	456 €
Impresoras, escáner	210 €
Fotocopiadora, fax	320 €
TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS	4.620 €
TOTAL INSTALACIONES	1.200 €
TOTAL INMOVILIZADO	9.050 €

Tabla 4. Inmovilizado de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla, podemos observar cómo se amortiza el inmovilizado material de la empresa. El inmovilizado llevará a cabo una depreciación de su valor a lo largo del

⁸ <http://www.inversion-es.com/plan-de-inversiones.html>

tiempo. Ésta se verá reflejada en el balance. Los porcentajes que perteneces a cada tipo de inmovilizado serán un 10% para los bienes muebles, para las instalaciones 5% y para los equipos informáticos 25%. El resultado obtenido de esa depreciación lo podemos observar en la siguiente tabla. Ver tabla 5.

AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO	Valor inicial	Porcentaje de amortización	Amortización anual
Mobiliario	3.230	10%	323
Instalaciones	1.200	5%	60
Equipos	4.620	25%	1.155
TOTAL AMORTIZACIÓN			1.538

Tabla 5. Amortización del inmovilizado.

Fuente: Elaboración propia

La empresa creó su propia marca que se llama igual que la empresa *London I School*, el registro y los costes para su aceptación como nueva marca costarán 144€, los cuales aparecerán en el balance de situación en el inmovilizado intangible. La marca no es amortizable.

La financiación es el método que una empresa utiliza para conseguir los fondos que necesita para adquirir el inmovilizado, para acondicionar el local empresarial y para poner en funcionamiento la entidad.

Puede ser propia, donde los recursos provienen de los propietarios de la empresa o se generarán en ésta misma, en forma de capital, reservas y/o los resultados de los ejercicios. En el caso de esta empresa, las dueñas Miriam y Verónica aportan 2.500€ cada una por lo que en total, aportan 5.000€ al inicio del proyecto. Tienen como objetivo de repartir unos dividendos de 2.000€ al año.

La financiación puede ser también ajena, y en este caso es de donde más financiación ha podido obtener. A través de la financiación ajena, la cual se produce cuando los fondos proceden de agentes externos a la organización, como es en este caso de un Banco, y por tanto se les debe devolver la cantidad prestada al cabo de cierto tiempo junto con el pago de unos intereses. Las principales son los préstamos y los proveedores a corto plazo. En este caso la mayoría de su financiación es de un préstamo de 8.000€. En este caso concreto, ambas socias y dueñas decidieron solicitar un préstamo al Banco Santander, cuyas características se adjuntan en la siguiente tabla. Ver tabla 6.

	TIPO DE PRÉSTAMO
ENTIDAD	Banco Santander
TIPO	Préstamo a Largo Plazo
Cantidad del Préstamo	8.000 euros
Años de amortización	4 años
Tipo de interés	6%
Comisiones	Sin comisiones

Tabla 6. Tipo de préstamo y características.

Fuente: Elaboración propia

El método de amortización financiera del préstamo que se ha solicitado a la entidad bancaria Banco Santander, es conocido como el método alemán o amortización constante. Este sistema consiste en devolver todos los años la misma cantidad. La devolución será anual, durante los cuatro primeros años, siendo 2.000€ la amortización financiera de cada año. A continuación desglosamos el préstamo solicitado y las cantidades que se van a tener que aportar para su devolución. Ver tabla 7.

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SALDO INICIAL	8.000	6.000	4.000	2.000
CAF⁹	2.000	2.000	2.000	2.000
SALDO FINAL	6.000	4.000	2.000	0
CF¹⁰ (6%)	480	360	240	120
CF(1-t)	408,00	306,00	204	102

Tabla 7. Análisis del préstamo.

Fuente: Elaboración propia

Partiremos de un balance 0, donde recoge lo que se hace al momento de iniciar una empresa o negocio, en el cuál se registran los activos (estructura económica), pasivos y patrimonio (estructura financiera) con que se constituye e inician operaciones. Cuando se crea cualquier empresa se requiere que los socios aporten un capital social, que se recoge en la estructura financiera de la empresa. Ese capital social que aportan puede ser una determinada cantidad de dinero o un activo cuyo valor queda registrado. Aparte de las aportaciones de las empresarias, suele ocurrir que se incurra en algunas obligaciones como es el caso de los préstamos, etc. tanto para poder operar como para adquirir los activos, todo esto lo detallamos a continuación en la tabla 8.

BALANCE INICIAL	AÑO 0		AÑO 0
ACTIVO NO CORRIENTE	9.194	A) PARTIMONIO NETO	5.000
Patentes, licencias, marca y similares	144	FONDOS PROPIOS	5.000
Inmovilizado Material	3230	Capital	5.000
Mobiliario de oficina	3.230		
Equipos informáticos	4.620	B) PASIVO	10.540
Instalaciones	1200	PASIVO NO CORRIENTE	8.000
Amortización acumulada inmovilizado material	0	Préstamo	8.000
ACTIVO CORRIENTE	6.346	PASIVO CORRIENTE	2.540
NAC ¹¹	6.346	I Deudas a c/p	
		II Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.540
		Proveedores	2.540
TOTAL ACTIVO	15.540	TOTAL RECURSOS	15.540

Tabla 8. Balance inicial.

Fuente: Elaboración propia

5.2.1 PREVISIÓN DE INGRESOS

La previsión de ingresos la podemos realizar a través de los ingresos por prestación de servicios.

Los ingresos por prestación, consisten en ingresos por ventas del servicio y cómo se generará el servicio. Desde la situación realista habrá una media de 4/5 alumnos por aula. Si hubiera más alumnos se abriría una nueva aula ya que solo es necesario 3 alumnos para abrir un nuevo curso o aula. Esto lo distribuyen así para poder dar una mejor enseñanza a sus alumnos, más personalizada y cercana.

⁹ CAF: Cuota de amortización financiera.

¹⁰ CF: Costes financieros.

¹¹ La empresa tendrá un periodo medio de 72 días que es la duración aproximada del curso lectivo más los cuatro meses de verano, de los que se prevé que tenga mayor oferta en Julio y Agosto.

La empresa lleva realizando su servicio desde Octubre y con la ampliación del nuevo servicio su actividad será anual. De Junio a Septiembre dará su nuevo servicio de clases de español para estudiantes o personas extranjeras que lo deseen.

El precio de cada curso es constante y puede ser abonado anual, trimestral o mensual, dependiendo la opción elegida tendrá descuento; así mismo tendrán que abonar la matrícula de 15€ (incluido en el precio del paquete cerrado para los estudiantes extranjeros). El precio mensual del curso de los meses de verano es de 470€ la semana obteniendo descuento en la tercera semana (ya que el mínimo son 2 semanas). Se prevé con este nuevo servicio que dura unas 16 semanas y una media de 10 niños por semana que la empresa obtenga unos ingresos de 75.000€, ya que suponemos que muchos optarán a los descuentos que la empresa ofrece.

5.2.2 PREVISIONES DE GASTOS DE EXPLOTACIÓN

La academia cuenta con las dueñas (son dos) de la misma, más un profesor nativo de inglés (americano) y una profesora de francés con una experiencia de más de 5 años viviendo en París. Todos con acreditación de un C2 y la licenciatura de filología inglesa en el caso de las dos socias y de filología francesa en casa de la profesora de francés.

Para trabajar en la academia durante todo el año, tanto durante el curso académico como en los cursos impartidos en los meses de verano, se exigirá un certificado oficial que corrobore un C2 en el nivel que se quiera impartir clases para el curso académico y certificado y/o cursos que corroboren su cualificación para impartir clases de español. También se ha tenido en cuenta el grado en filología de la lengua de la que se demanda un profesor.

Ambos profesores son contratados con un contrato de formación cuya duración es el curso escolar, y dependiendo de la demanda para el servicio de verano les ampliarán contrato o no. Cada profesor cobra 700€ al mes trabajando una media de 25-30 horas semanales. Ya que al ser nueva, al principio cuenta con muy poco margen de maniobra y los salarios son ajustados y no muy altos, pero se prevé que si la empresa sigue mejorando como ha hecho desde que abrió sus puertas, a comienzo del año que viene todos tendrán una subida de sus salarios.

Si los objetivos marcados por la academia se cumplen y la demanda sigue siendo alta se renovarán sus contratos con una subida de sueldo, tal y como se recoge en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Las socias de la empresa se han fijado un sueldo de mil euros, ya que al ser ambas jóvenes y haber tenido que recurrir a financiación ajena prefieren guardar dinero para afrontar los pagos que aumentarse el sueldo en esto momentos. Si la cosa sale bien este año, se prevé aumentar sus sueldos al igual que el de restos de trabajadores. Ambas socias tienen filología inglesa y dan numerosas clases en la academia.

Los suministros son la cantidad a desembolsar como consecuencia del pago de los recibo de luz, agua, *Spotify*, teléfono e internet que se cifran en 6.356,24€ al año, lo que al mes supone 529,69€. Las dueñas debido a la gran cantidad de gastos, han optado por ser ellas las que se encarguen de la limpieza y mantenimiento de las clases, de esta forma se ahorran el servicio de limpieza. La promoción y difusión del negocio costará 400€ al año, lo que al mes es 33.3€. Ese dinero va destinado a la elaboración de folletos, carteles y también el mantenimiento de la página web de la academia. El seguro de Responsabilidad Civil es un requisito necesario y muy recomendable para hacer frente a los posibles daños a terceros que se puedan producir, durante o como consecuencia de la prestación del servicio, su prima asciende a 500€/año, y se contrata con el Banco Santander. Además, pagan un alquiler por el local de 15.600€ al año, lo que al mes supone 1.300€.

5.2.3 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Esta cuenta es el resumen de todos los ingresos y gastos que genera una organización durante un ejercicio contable. Ver tabla 9.

Cuenta de pérdidas y ganancias	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
A- OP. CONTINUADAS			
1. Importe Neto de la cifra de Negocio	75.000	88.500,0	110.000,0
a) Ingresos por curso	75.000	88.500,0	110.000,0
3. Gastos del personal	40.800	52.800	52.800
a) Sueldos y salarios	40.800	52.800	52.800
4. Otros gastos de explotación	22.856,24	22.856,24	22.856,24
a) Suministros	6.356,24	6.356,24	6.356,24
b) Publicidad	400	400	400
c) Seguro de Responsabilidad Civil	500	500	500
d) Alquiler del local	15.600	15.600	15.600
EBITDA	11.343,76	12.843,76	34.343,76
5. Amortización del inmovilizado	-1.538	-1.538	-1.538
BAIT	9.805,76	11.305,76	32.805,76
7. Gastos financieros	480,00	360	240
a) Por deudas con entid. De credito	480	360	240
BENEFICIO BRUTO	9.325,76	10.945,76	32.565,76
8. Impuesto sobre beneficios	1.398,86	1.641,86	4.884,86
BENEFICIO NETO	7.926,90	9.303,90	27.680,90
Dividendos	2.000	2.000	2.000
Reservas de ejercicios	5.927	7.304	25.681
Reservas acumuladas al balance	5.927	13.231	38.912

Tabla 9. Cuenta de pérdidas y ganancias.

Fuente: Elaboración propia

A continuación vamos a ver más detalladamente el significado de algunos términos que aparecen en la cuenta de pérdidas y ganancias (Palacín, 2013).

El primer término que resalta es el *EBITDA*, este término acrónimo del inglés significa **Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization**. Es el beneficio bruto de explotación calculado antes de deducibilidad de los gastos financieros.

El siguiente término que resalta en amarillo es el *BAIT*, este término anterior *EBITDA* de la empresa tras deducirle las amortizaciones.

Otro término que tenemos es el Beneficio Bruto (BB), que es aquel beneficio obtenido por una sociedad derivado de su la actividad empresarial. El BB surge de restar a los ingresos el importe de los gastos en los que se han incurrido durante el ejercicio económico, es decir, es el *BAIT* de la empresa tras restarle los intereses financieros.

Por último, tenemos el Beneficio Neto (BN), que es el beneficio que queda para una empresa después de un ciclo de explotación. El BN se obtiene de restar El BB al impuesto de sociedades.

5.3 PREVISIÓN DE CUENTAS Y TESORERÍA. FACTIBILIDAD FINANCIERA.

Para poder estimar la tesorería del ejercicio y la tesorería acumulada de la empresa, tenemos en cuenta todas las entradas y salidas de caja generadas en la actividad empresarial. Las entradas de caja serian el cash flow después de impuesto y en el último año el valor residual después de impuestos. Mientas que las salidas de caja se consideran, el pago de intereses o costes financieros después de impuesto y la devolución de deuda (CAF), así como el pago de los dividendos. Además en el último año se tiene en cuenta la devolución del capital social Ver tabla 10.

Corriente de tesorería	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	Año 3 Liquidación
Cash Flow d.i	9.872,90	11.147,89	29.422,89	29.442,89
VRdi				10.133,70
CAF	2.000	2.000	2.000	4.000
Pagos por intereses di	408,00	306,00	204	204
Pagos por dividendos	2.000	2.000	2.000	7.000
Tesorería del ejercicio	5.464,90	6.841,89	25.218,89	25.812,59
Tesorerías Acumuladas	5.464,90	12.306,8	37.525,7	38.119
CAC	1.538	1.538	1.538	
Reservas	5.927	7.304	25.681	
CAF	2.000	2.000	2.000	
Tesorería del ejercicio	5.465	6.842	25.219	
Tesorerías Acumuladas	5.465	12.306,8	37.525,7	

Tabla 10. Corriente de tesorería.

Fuente: Elaboración propia

Después de analizar la tabla anterior, comprobamos que todas las tesorerías del ejercicio así como las tesorerías acumuladas son mayores que cero, por lo que podemos decir, que el proyecto es factible financieramente.

5.4 BALANCES PROVISIONALES

En la siguiente tabla (Ver tabla 11), tras los datos recogidos en los epígrafes anteriores, se reflejan los balances de situación esperados para el año inicial y los tres años siguientes.

BALANCES DE SITUACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO NO CORRIENTE	9.194	7.656	6.118	4.580
Patentes, licencias, marca y similares	144	144	144	144
Inmovilizado Material	3.230	3.230	3.230	3.230
Mobiliario de oficina	3.230	3.230	3.230	3.230
Equipos informáticos	4.620	4.620	4.620	4.620
Instalaciones	1.200	1.200	1.200	1.200
Amortización acumulada inmovilizado material	0	-1.538	-3.076	-4.614
ACTIVO CORRIENTE	6.346	11.810,90	18.652,79	43.871,69
NAC	6.346	6.346	6.346	6.346
Tesorería	0	5.464,90	12.306,79	37.525,69
TOTAL ACTIVO	15.540	19.466,90	24.770,79	48.451,7
PARTIMONIO NETO	5.000	10.927	18.231	43.912
FONDOS PROPIOS	5.000	10.927	18.231	43.912
Capital	5.000	5.000	5.000	5.000
Reservas acumuladas	0	5.927	13.231	38.912
PASIVO	10.540	8.540	6.540	4.540
PASIVO NO CORRIENTE	8.000	6.000	4.000	2.000
Préstamo	8.000	6.000	4.000	2.000
PASIVO CORRIENTE	2.540	2.540	2.540	2.540
I Deudas a c/p				
II Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.540	2.540	2.540	2.540
Proveedores	2.540	2.540	2.540	2.540
TOTAL RECURSOS	15.540	19.466,90	24.770,79	48.451,7

Tabla 11. Previsión del balance de situación inicial y de los tres primeros años.

Fuente: Elaboración propia

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

A partir de los datos contables anteriores, se procede a calcular los criterios para valorar la nueva inversión.

5.5 FACTIBILIDAD ECONÓMICA

La factibilidad económica se calcula mediante el cálculo del Valor Actual Neto (con el coste efectivo de los recursos). Además se mide mediante el cálculo de la rentabilidad neta. Para ello, analizaremos el VAN y el TIR. (Durban et al., 2014).

La factibilidad económica se calcula mediante el cálculo del Valor Actual Neto (con el coste efectivo de los recursos). Además se mide mediante el cálculo de la rentabilidad neta.

5.5.1 VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN) expresa una medida de rentabilidad en términos absolutos netos, es decir, en número de unidades monetarias, y es la suma algebraica del valor actualizado de todos los flujos de fondos (cobros y pagos) que ha generado o generará la inversión. Este término es muy utilizado para calcular la ganancia total neta de un proyecto de inversión. El VAN ofrece varios significados económicos, dependiendo de la tasa de actualización que se emplee para su cálculo. En este trabajo se pretende emplear el VAN para la calcular la ganancia total neta del proyecto de inversión y financiación, por tanto la tasa de actualización que se empleara será el coste efectivo de los recursos. El método de cálculo consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto inversión y a esta cantidad restarle el desembolso inicial. Para poder realizarlo, todos los flujos de caja se llevan al momento presente descontándolos a una determinada tasa de actualización, en este caso es el coste efectivo de los recursos. Este coste se calcula en el epígrafe 5.5.3.

Su fórmula es la siguiente (1):

$$V.A.N = -A + \frac{Q_1}{(1+i)} + \frac{Q_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Q_n+VRdi}{(1+i)^n} \quad (1)$$

Dónde:

A: Desembolso inicial.

Q: Flujo de caja después de impuesto.

i: Tasa de actualización, que en nuestro caso es el coste efectivo de los recursos para todo el proyecto.

n: número de años.

A continuación se pasa a calcular cada una de las variables necesarias para calcular el VAN.

El desembolso inicial es el resultado de la inversión del momento 0, que es lo mismo, que el total de activo del balance inicial. En nuestro caso sería un valor 15.540€. Los flujos de caja después de impuestos esperados para los primeros tres años son los que se refleja en la siguiente tabla 12.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	75.000	88.500	110.000
Coste de las ventas	63.113,41	75.113,42	75.113,42
Cash Flow de explotación a.i	11.886,59	13.386,58	34.886,58
Amortización contable (CAC)	-1.538	-1.538	-1.538
Cash Flow de explotación d.i	9.872,90	11.147,89	29.422,89

Tabla 12. Previsión de flujos de caja después de impuestos.

Fuente: Elaboración propia

5.5.2 VALOR RESIDUAL

Al cabo de los tres años, se ha pronosticado vender la empresa, para ello, debemos conocer el valor de venta en el mercado de los activos. Ver tabla 13.

ACTIVOS	VALOR DE VENTA
Patentes, licencias, marcas y similares	144€
Mobiliario de oficina y equipo informático	2.500€

Tabla 13. Valor residual del activo.

Fuente: Elaboración propia

La NAC se recupera un total de 2.644€, cuyo valor ascendía a 6.346€. La marca se venderá por el mismo precio inicial, por 144€. Sin embargo, el mobiliario de oficina y los equipos informáticos han disminuido su valor al cabo de los años, por lo que se venderán por 2.500€.

Una vez que tenemos los valores de mercado de los activos, se puede conocer el valor residual después de impuesto. Partimos de los valores de inicio de los activos, que tenemos que el mobiliario tiene un valor inicial de 3.230€, las instalaciones, 1.200€ y los equipos cuentan con un valor inicial de 4.620€. Ver tabla 14.

	Patentes, licencias y similares	Mobiliario y equip. Inform.	NAC	VRDi
VC0	144	9.050	6.346	
Am. Acum. 3	0	-4.614	0	
VCN3	144	4.436	6.346	
VR3) ai	144	2.500	3.000	
ΔP3	0	-1.936	-3.346	
ΔP4 *(1-t)	0	-290,4	-501,90	-792,30
VR4)di = VCN4+ ΔP4*(1-t)	144	4.145,60	5.844,10	10.133,70

Tabla 14. Valor residual después de impuesto.

Fuente: Elaboración propia

Con el valor de los flujos de caja y el valor residual todos después de impuestos calculados anteriormente, solamente queda por descubrir el coste de los recursos, para poder realizar el cálculo de VAN.

5.5.3 COSTE EFECTIVO DE LOS RECURSOS

Como tasa de actualización para calcular el VAN, se ha tomado el coste efectivo de los recursos.

El coste efectivo de los recursos se calcula haciendo 0 la dimensión financiera de la financiación. Donde en el momento 0 se toma como entrada en caja el capital social, y el capital ajeno, y las salidas de caja por concepto de deuda de retribución de deuda, que se desglosa en dividendos, costes financieros y cuota de amortización financiera, en los momentos 1, 2 y 3. Para realizar este cálculo nos apoyamos en las matemáticas financieras. En la tabla 15, se muestran las cantidades por cada de las partidas anteriores.

La fórmula para el cálculo del coste efectivo de la financiación, de es la siguiente (Ver formula2:

$$0 = C_p + C_a - \frac{d+cf(1+t)+CAfra1}{(1+c)^1} - \frac{d+cf(1+t)+CAfra2}{(1+c)^2} - \frac{d+cf(1+t)+CAfra3+CAfra4+Cs}{(1+c)^3} \quad (2)$$

c: Coste efectivo de los recursos.

Cp: Capital propio.

Ca: Capital ajeno.

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

d: Dividendos.

cf: Costes financieros.

CAfra: Devoluciones de recursos o cuotas de amortizaciones financieras

t: Impuestos.

Cs: Capital Social.

c: Coste efectivo.

Calculamos el CMPC. Ver tabla 15.

RECURSOS	-15.540
CAF + Cfros(1-t) + dividendos	4.408,00
CAF + Cfros(1-t) + dividendos	4.306,00
CAF+Cfros(1-t)+ dividendos +CAF4+CS	11.204
Coste Efectivo	11%

Tabla 15. Cálculo del coste efectivo de los recursos.

Fuente: Elaboración propia

Finalmente se aplicó la fórmula del VAN que hemos reflejado anteriormente, empleando la tasa anteriormente calculada. Nos queda un valor del VAN de **23.037,96€**, al ser positivo el resultado, el proyecto es factible económicamente.

Para continuar el análisis de la factibilidad económica se procede a calcular la rentabilidad del activo, mediante la Tasa Interna de Retorno (TIR) de la inversión.

5.5.4 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) de una inversión, es aquella que iguala el valor actualizado de los flujos de caja futuros a la inversión inicial o aquella que hace su Valor Actual Neto (VAN) igual a cero. Esta tasa nos da la rentabilidad que ofrece una inversión, es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá dicha inversión. Si el TIR es alto, nuestro proyecto financiero es rentable, que supone un retorno de la inversión equiparable a unos tipos de interés altos que seguramente no se encuentren en el mercado. Pero, si el TIR es bajo, nuestro proyecto no sería rentable y no sería recomendable llevarlo a cabo. (Durbán et al., 2017).

La fórmula siguiente nos indica cómo podemos calcular el TIR. Ver fórmula (3):

$$0 = -A + \frac{Q_1}{(1+r)} + \frac{Q_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Q_n + VRd}{(1+r)^n} \quad (3)$$

El TIR que obtenemos de aplicar esa fórmula a nuestros datos, es de 69,74%, debido a que los flujos de caja que se generan son elevados, con respecto al desembolso inicial.

Siendo el TIR el mayor coste de los recursos que puede soportar la inversión, es el único criterio que proporciona la rentabilidad de la inversión expresada en porcentaje.

Las ventajas del TIR son básicamente (Durbán et al., 2017):

- 1) Al igual que el VAN, considera el diferente valor del dinero en el tiempo, ya que descuenta los flujos según el año en el que se producen.
- 2) Proporciona una medida de rentabilidad relativa de la inversión, al venir dada por un porcentaje del capital invertido a principios de cada período, y no en unidades monetarias. Esto representa ciertas ventajas con respecto al valor capital. En primer lugar, por proporcionar la rentabilidad del activo exclusivamente, con independencia de cómo se financie. En segundo lugar, por ser una medida que resulta más atractiva para los empresarios, que siempre prefieren medidas relativas a medidas absolutas.

- 3) La ventaja más importante del TIR, reside en que proporciona el coste de las financiaciones. Por el contrario, si se aplica a la dimensión financiera de la inversión, determina su rentabilidad relativa bruta.

5.5.5 RENTABILIDAD NETA DEL PROYECTO

Con los datos obtenidos a lo largo del trabajo, podemos calcular la rentabilidad neta del proyecto.

La rentabilidad neta es criterio que complementa el resultado del VAN (CMPC) para el análisis de la factibilidad financiera (Durbán et al., 2017). Ver fórmula (4):

$$R_n = TIR_{INV} - C_e = 69,74\% - 11\% = 58,74\% \quad (4)$$

Por lo que obtenemos una rentabilidad neta de 58,74%. Éstos son los beneficios que obtenemos por la empresa una vez que hemos descontados los gastos en los que incurre la empresa.

5.6 BALANCE DE LIQUIDACIÓN

Vamos a proceder a realizar la liquidación de la empresa con el fin de conocer cuánto dinero se puede obtener al vender el negocio.

Para ellos, nos centraremos en el post venta de la empresa, que a continuación observamos. Ver tabla 16.

ACTIVO	BALANCE POST VENTA
VRd	10.133,70
Tesorería Acum 3	37.525,69
TOTAL DE ACTIVO	47.659,39
Capital Social	5.000
Reservas de Ej 3	38.912
Reservas de Venta	-792,30
Préstamo l/p	2.000
Proveedores	2.540
TOTAL DE RECURSOS	47.659,39

Tabla 16. Balance post explotación.

Fuente: Elaboración propia

A continuación detallamos la realización de la tabla 16: VRd (Valor residual después de impuestos).

Tesorería acumulada: Liquidez con la que cuenta la empresa tras tres años de actividad.

Total de activo: Suma del VRd y la tesorería acumulada.

Capital Social: Inversión inicial que aportan las empresarias en el año de inicio de la actividad, siendo constante durante todos los años de actividad, este último año, al liquidarse la empresa, se devuelve a las socias.

Reservas del ejercicio: Reservas obtenidas en el tercer año de ejercicio del negocio.

Reservas de venta: Ganancia o pérdida por la venta de activo, afectada por el impuesto.

Préstamo a largo plazo: En este último año, al liquidarse la empresa, se liquidan las deudas, devolviendo lo que queda del préstamo.

Proveedores: En éste último año, al liquidarse la empresa, se realizan los pagos a los proveedores.

A continuación, se detalla el balance de liquidación. Ver tabla 17.

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

Balance de Liquidación			
Tesorería empresarial	43.119,39	Capital Social	5.000
		Reservas	38.119,39
TOTAL	43.119,39	TOTAL	43.119,39

Tabla 17. Balance de liquidación.

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en la tabla, se ha recuperado todo el capital social y además se han ganado 38.119,39€ de los resultados de los ejercicios.

A continuación calculamos la rentabilidad de los accionistas, ya que a todo accionista le interesará conocer cómo serán sus ganancias. La rentabilidad nos muestra la eficiencia con la que las accionistas recuperan su capital social. En nuestro caso las accionistas recibirán cada año, durante los 3 años, los dividendos. Estos tienen un monto de 2.000€, es decir, 1.000€ para cada socia. Estos dividendos están afectados por el impuesto, en este caso el IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas), es un impuesto que grava la renta obtenida en un año (de Enero a Diciembre) por las personas físicas residentes en España o contribuyentes. En nuestro caso, hemos estimado un IRPF de un 20%. En el año 3 de liquidación las accionistas además del dividendo correspondiente al año 3, recibirán la tesorería de liquidación. Por esta tesorería de liquidación las accionistas tendrán que pagar los impuestos correspondientes. La rentabilidad del accionista se calcula según la fórmula (5):

$$0 = -CS + \frac{d(1+IRPF)}{(1+r)} + \frac{d(1+IRPF)}{(1+r)^2} + \frac{d(1+IRPF) + Tes \text{ de liq} - Imptos}{(1+r)^2} \quad (5)$$

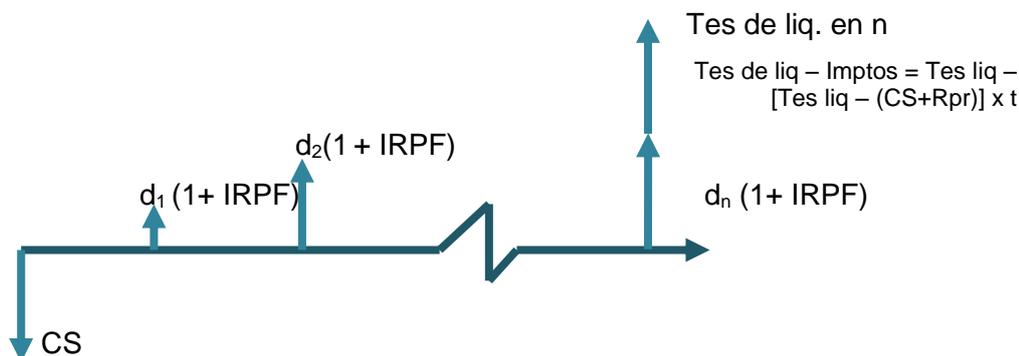


Figura 5. Estructura económica para el accionista.

Fuente: Durbán et al. 2017

Las accionistas recibirán 1.600 € cada año en concepto de dividendos y 37.095.51€ en el tercer año tras liquidar la empresa. Esta última cifra corresponde a la devolución del capital social invertido en el momento 0, además de las reservas generadas por la academia durante su explotación.

5.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad nos proporciona una información importante de cara a futuras inversiones o a la toma de decisiones dentro de la empresa. Ya que evalúa los cambios que puede sufrir el proyecto debido al cambio de una variable. Además nos permite identificar las variables que pueden tener un impacto mayor sobre los costes o sobre los ingresos.

Para la realización¹² de este análisis se han tenido en cuenta, la inversión, los gastos fijos (gasto del personal más otros gastos de explotación), los gastos variables (gastos por deudas con entidades de crédito) y las ventas. Ver tabla 18.

Como observamos en la tabla, la empresa tendría problemas, si para unas ventas de 88.500€, los gastos variables subieran a 20.863,76€, el negocio tendría pérdidas. Si bajamos las ventas a 60.000€ o 70.000€ nos encontramos que la empresa se encuentra en serios problemas y el proyecto obtendría pérdidas en todas las cantidades de gastos variables tal y como se muestra en la tabla 18. Ya que con unas ventas de 60.000€, que corresponde a 10 alumnos al mes, la empresa tiene muchos problemas para hacer frente a sus gastos.

INVERSIÓN	5.000				
	MONTO				
VENTAS	75.000				
Gastos FIJOS	63.656,24				
Gastos VARIABLES	480,00	Ventas			
GANANCIAS	10.863,76	60.000	70.000	88.500	110.000
	15.863,76	-19.520	-9.520	8.980	30.480
Gastos Variables	20.863,76	-44.136,24	-34.136,24	-15.636,24	5.863,76
	25.863,76	-24.520	-14.520	3.980	25.480

Tabla 18. Análisis de sensibilidad.

Fuente: Elaboración propia

¹² <https://exceltotal.com/analisis-de-sensibilidad-en-excel/>

CAPÍTULO 6: RATIOS FINANCIEROS Y ANÁLISIS DAFO

6.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se analizan los ratios financieros de la academia a partir de los resultados obtenidos. Este ejercicio se realiza diagnosticar los problemas que tiene o puede tener. Además estos ratios se comparan con otros datos de academias de diferentes ciudades de España

Tras la recolección de información sobre el entorno general y específico de la empresa, externo e interno, se va a proceder a observar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades detectadas, que ordenaremos y mostraremos a través de una matriz DAFO, buscando con ellos corregir las debilidades, hacer frente a las amenazas, mantener y mejorar las fortalezas y aprovechar y sacar el máximo partido a las oportunidades, todo ello, para que la empresa progrese adecuadamente.

6.2 RATIOS FINANCIEROS Y COMPARACIÓN DE ACADEMIAS DE IDIOMAS.

A partir de los resultados obtenidos en las tablas mostradas anteriormente, se calcularán los diferentes ratios o indicadores financieros que servirán para prever el futuro financiero de la empresa. (Durbán et al., 2017)

Partimos del Ratio de Liquidez, que es un indicador de la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones en el corto plazo. Este ratio relaciona el activo corriente con el pasivo corriente. En el activo corriente, encontramos los derechos de cobro a corto plazo, tesorería y existencias, mientras que en el pasivo corriente son las obligaciones de pago y compromisos a cumplir en el corto plazo. Una vez definido este ratio, podemos calcularlo de la siguiente manera. Ver fórmula (6).

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}} \quad (6)$$

En el año 0, obtendríamos un ratio de liquidez de 2,49. Para el año 1, obtendríamos un ratio de 4,64. Conforme vamos avanzando en los años nuestro ratio de liquidez va subiendo, eso ocurre en el año 2, con un ratio de 7,34 y en el año 3, 17,27.

El resultado obtenido del cálculo del ratio es 2,4984, por lo que mayor que 1, lo que supone que el activo circulante es mayor que el pasivo corriente, teniendo en cuenta esto, es una buena señal. El problema es que debido a que es superior a uno, puede significar que existe un exceso de recurso de activos que no están siendo explotados y por tanto, no se está obteniendo toda la rentabilidad que se podría conseguir con ellos. Esto sucede sobre todo en los años 1, 2 y 3. Debido a que nos encontramos con un exceso de activo circulante. Por lo que sería conveniente explotar esos activos para poder obtener con ellos una rentabilidad mayor.

El siguiente ratio que vamos a analizar, es el ratio de endeudamiento. Este ratio mide la relación existente entre el importe de los fondos propios de una empresa con relación a las deudas que mantiene tanto en el largo como en el corto plazo. Por lo que nos indica la proporción de deuda que soporta una empresa frente a sus recursos propios. Para su cálculo, partimos de la siguiente fórmula (ver fórmula (7)) que nos da el ratio de endeudamiento:

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Pasivo} + \text{PN}} \quad (7)$$

En el año 0, obtenemos 0,6782 del ratio de endeudamiento. Para el año 1, 0,44, para el año 2, 0,26 y para el año 3, 0,09. Como podemos observar conforme vamos avanzando en el tiempo, el ratio de endeudamiento va bajando. Por lo que conforme pasan los años, podemos encontrarnos con que la empresa pueda obtener un exceso de capitales propios. Ya que el valor adecuado para este ratio oscilaría entre 0,4 y 0,6.

Otro ratio importante que podemos calcular es el ratio de solvencia, que mide la capacidad de una empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago. Es un ratio importante para la empresa a la hora de analizar las operaciones de financiación que solicitan sus clientes. Indica si el activo cuenta con la holgura necesaria para hacer frente al pasivo. Para ello, su valor adecuado debe encontrarse alrededor de 1,5. Ya que si fuera menor que 1, la empresa no podría hacer frente a sus deudas. Lo calculamos a continuación con la fórmula (8):

$$\text{Ratio de solvencia} = \frac{\text{Activo}}{\text{Pasivo}} \quad (8)$$

Como observamos arriba, el ratio de solvencia para el año 0, nos da 1,47. En el año 1, el ratio sube pero poco situándose en 3,79. El aumento más grande se produce en el tercer año, 10,68. Conforme pasan los años, observamos que la empresa tiene el riesgo de poseer demasiados activos corrientes, por lo que sería aconsejable que invirtiera una parte de ese activo.

Aquí llegamos a la misma conclusión que con el ratio de liquidez, que la empresa debería invertir parte de su activo.

Por último, vamos a calcular el ratio de calidad de la deuda. Este ratio determina la proporción que representa la deuda, pasivo corriente, sobre el total de deuda, pasivo corriente más pasivo no corriente. Lo que más le conviene a la empresa es que este ratio sea lo menor posible, puesto que reflejará una mayor facilidad para devolver los fondos ajenos al dilatarse los vencimientos de éstos en el tiempo. Como hemos visto la empresa debe dinero de un préstamo bancario que solicitó al Banco Santander. Este ratio nos indica si la deuda que posee la empresa es más a corto plazo que a largo plazo o también si es compensada entre ambos. Ver fórmula (9):

$$\text{Ratio de calidad de la deuda} = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Pasivo}} \quad (9)$$

Podemos decir que la empresa tiene una deuda compensada entre el corto plazo y el largo plazo, aunque predomina un poco más la de largo plazo, ya que el ratio de calidad de la deuda es de 0,2409. Para el año 1, nos encontramos con un ratio de 0,30 y para el año 2, 0,39. En el año 3, este ratio sube hasta situarse en 0,56.

A continuación mostramos una tabla resumen de los ratios. (Ver tabla 19).

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ratio de liquidez	2,49	4,64	7,34	17,27
Ratio de endeudamiento	0,68	0,44	0,26	0,09
Ratio de solvencia	1,47	2,28	3,79	10,68
Ratio de calidad de la deuda	0,24	0,3	0,39	0,59

Tabla 19. Ratios financieros.

Fuente: Elaboración propia

Para hacer la comparación con otras academias de idiomas, hemos utilizado los datos obtenidos de la biblioteca de la Universidad de Sevilla, a través de Sabi. Al entrar en el programa hemos seleccionado cuatro academias de idiomas en distintas ciudades de España. Para la selección de las academias se tuvo en cuenta, que ofrecieran cursos como los de la academia *London I School*, es decir, cursos de español para extranjeros. Con los datos obtenidos hemos calculado los ratios financieros que se recogen en las siguientes tablas.

La primera academia se encuentra situada en Fuengirola, Málaga. Como observamos en la siguiente tabla (ver tabla 20), esta academia cuenta con un exceso de recurso de activo que no están siendo explotados, por lo que debería invertir parte de su activo.

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

Academia de idiomas LYNNE S.L.	2015	2014
Ratio de liquidez	6,65	4,38
Ratio de endeudamiento	0,22	0,18
Ratio de solvencia	4,49	5,38
Ratio de calidad de la deuda	0,11	0,29

Tabla 20. Ratios financieros de la Academia de idiomas LYNNE.

Fuente: Elaboración propia

La siguiente academia se encuentra situada en A Coruña. Esta empresa mantiene unos resultados similares de un año a otro. Aunque indica que tiene un exceso de recurso de activo, por lo que los resultados muestran la necesidad de invertir. Su ratio de endeudamiento se encuentra dentro del valor aconsejable que se sitúa entre 0,4 y 0,6. Ver tabla 21.

ACADEMIA DE IDIOMAS KWK S.L.	2015	2014
Ratio de liquidez	1,88	1,84
Ratio de endeudamiento	0,53	0,53
Ratio de solvencia	1,89	1,86
Ratio de calidad de la deuda	1	1

Tabla 21. Ratios financieros de la Academia de idiomas KWK.

Fuente: Elaboración propia

La tercera academia se encuentra situada en Sevilla. Esta academia tiene un gran exceso de recursos de activos que no están siendo explotados por lo que le está generando unos ratios muy por encima de su valor adecuado, para reducir esto debería de invertir gran parte de su activo. Ver tabla 22.

ACADEMIA DE IDIOMAS BESTLANGUAGE SCHOOL SL	2015	2014
Ratio de liquidez	3,30	3,88
Ratio de endeudamiento	0,23	0,18
Ratio de solvencia	4,19	5,35
Ratio de calidad de la deuda	1	1

Tabla 22. Ratios financieros de la Academia de idiomas Bestlanguage School.

Fuente: Elaboración propia

Y la última academia de la que hemos recogido los datos se encuentra situada en Guipúzcoa. Esta empresa cuenta, al igual que el resto de las que estamos analizando con un exceso de recursos debido a que no está invirtiendo su activo. Sin embargo su ratio de solvencia podemos decir que esta alrededor de lo deseado que es 1,5, por lo que esta empresa tiene gran capacidad para hacer frente a sus deudas. Ver tabla 23.

ACADEMIA DE IDIOMAS OUI SL	2015	2014
Ratio de liquidez	1,07	1,38
Ratio de endeudamiento	0,82	0,69
Ratio de solvencia	1,20	1,44
Ratio de calidad de la deuda	1	1

Tabla 23. Ratios financieros de la Academia de idiomas OUI.

Fuente: Elaboración propia

Después de observar la empresa que estamos analizando y observar los resultados de las cuatro academias que hemos seleccionado para hacer la comparación, podemos llegar a la conclusión de que todas estas academias de idiomas cuentan con el mismo problema. Este problema radica en que tienen mucho activo que no están explotando. Esto se traduce en que gran parte de la inversión, no les está generando ninguna rentabilidad. Después de analizar las cuentas se comprobó que este activo corresponde al activo circulante y más concretamente tesorería. Por lo que deberían de invertir parte del excedente de tesorería en inversiones financieras, tanto a largo como a corto plazo.

6.3 ANÁLISIS INTERNO

Dentro del análisis interno, nos encontramos con las fortalezas y debilidades de la empresa. Vamos a detallarlas a continuación.

6.3.1 FORTALEZAS

Nos encontramos con:

1. Innovación tecnológica: la academia se encuentra equipada con las últimas tecnologías interactivas que faciliten el aprendizaje a los alumnos, como por ejemplo el uso de pizarras digitales.
2. Personal cualificado: todos los profesores del centro, así como las socias-dueñas de la academia, cuentan con los certificados pertenecientes.
3. Proyecto académico: la academia ofrece enseñanza en tres idiomas distintos y de una manera que intenta motivar al alumnado, realizando no solamente clases teóricas sino también prácticas, para que el rendimiento sea superior. Un ejemplo de ello son las clases de inglés y francés que ofrece durante el curso académico y las clases de español que quiere ofrecer los meses de verano; así como los distintos talleres que realizan.
4. Diferenciación: realización de actividades que sean distintas a los meros cursos de idiomas, como por ejemplo la ayuda que proporciona a los estudiantes con la organización para que se vayan al extranjero a seguir aprendiendo y/o perfeccionando el idioma, como con el nuevo servicio de traer estudiantes extranjeros para que aprendan nuestro idioma.
5. Precio muy competitivo
6. Localización accesible y cómoda para los clientes.

Las fortalezas de la empresa quedan recogidas en la siguiente tabla. Ver tabla 24.

FORTALEZAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Innovación tecnológica • Personal cualificado • Proyecto académico • Diferenciación • Precios muy competitivos • Localización accesible y cómoda para los clientes 	

Tabla 24. Fortalezas de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

6.3.2 DEBILIDADES

Nos encontramos dentro de este grupo con las siguientes debilidades de la empresa:

1. Empresa de nueva creación: se trata de una empresa joven en el mercado, sin años de experiencia que avale su calidad, y con la prestación de un nuevo servicio sin años de experiencia.
2. Elevados costes iniciales: la puesta en marcha de la academia supuso unos costes asociados al pago del local donde se ubica la academia, además de terminar de acondicionarlo.
3. Falta de confianza de los clientes: mandar a tus hijos a estudiar a otro país supone una preocupación para los padres, pues les están confiando la educación de sus hijos a una empresa joven, nueva y sin referencias.
4. Centro único: limita el acceso a personas, ya que si los grupos son reducidos, un exceso de alumnos para una determinada hora, no podría ser atendida correctamente.
5. El elevado precio que cuesta ir a estudiar fuera del país.

Las debilidades de la empresa quedan recogidas en la tabla. Ver tabla 25.

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la academia *London I School*

DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Empresa de nueva creación• Elevados costes iniciales• Falta de confianza de los clientes• Centro único• Elevado precio que cuesta estudiar fuera del país

Tabla 25. Las debilidades de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

6.4 ANÁLISIS EXTERO

Dentro del análisis externo, nos encontramos con las amenazas y oportunidades de la empresa. A continuación las detallamos.

6.4.1 AMENAZAS

Dentro de las amenazas nos encontramos con el siguiente grupo:

1. La situación económica de las familias: a pesar de que haya finalizado el periodo de recesión económica, muchas familias siguen estando afectadas por la crisis que ha tenido lugar en España y que ha dejado en paro a tantas personas, provocando que estas personas no se puedan permitir el lujo de mandar a sus hijos al extranjero, o son ellos mismo, los jóvenes que no se pueden pagar sus estudios en otro país para perfeccionar o aprender un idioma tan necesario en la actualidad.
2. Gran rivalidad: son multitud las empresas que actualmente se dedican a enseñar idiomas, y la mayoría de ellas como hemos visto al principio de este trabajo, también proporcionan este servicio para personas extranjeras. Esto se debe también a que se trata de un sector en el que apenas existen fuertes barreras de entrada, por lo que son muchas las que pueden seguir entrando en este sector y convertirse en competidoras.
3. Falta de concienciación sobre la formación en idiomas

Las amenazas que puede sufrir la academia están resumidas en la tabla. Ver tabla 26.

AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• La situación económica de las familias• Gran rivalidad• Falta de concienciación sobre la formación en idiomas

Tabla 26. Las amenazas de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

6.4.2 OPORTUNIDADES

Nos encontramos:

1. Necesidad de saber idiomas: a día de hoy resulta imprescindible saber, al menos, un idioma distinto al nativo. En los puestos de trabajo valoran mucho positivamente el conocimiento de idiomas, además de ser un requisito indispensable para muchos puestos de trabajo. Además a la hora de la finalización de los estudios de grado es necesario la acreditación de un idioma distinto al nativo para poder obtener el título de grado.
2. Buena localización de la academia

Recogemos en una tabla las oportunidades de la empresa. Ver tabla 27.

OPORTUNIDADES	
• Necesidad de saber idiomas	
• Buena localización de la academia	

Tabla 27. Las oportunidades de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

6.5 MATRIZ DAFO

A continuación se muestra la matriz DAFO de la empresa. Donde se recogen el análisis interno y externo de la empresa. Ver tabla 28.

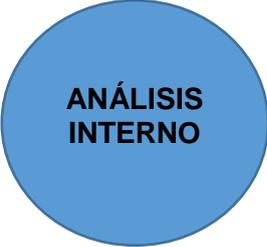
	FORTALEZA <ul style="list-style-type: none"> • Innovación tecnológica • Personal cualificado • Proyecto académico • Diferenciación • Precios muy competitivos • Localización accesible y cómoda para los clientes 	DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Empresa de nueva creación • Elevados costes iniciales • Falta de confianza de los clientes • Centro único • Elevado precio que cuesta estudiar fuera del país
	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de saber idiomas • Buena localización de la academia 	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none"> • La situación económica de las familias • Gran rivalidad • Falta de concienciación sobre la formación en idiomas
		

Tabla 28. Matriz DAFO.

Fuente: Elaboración propia

Como observamos en la tabla anterior, este servicio cuenta con más fortalezas que debilidades. Conforme pasen los años, las fortalezas se mantendrán e irán creciendo. En cambio, se prevé que las debilidades vayan disminuyendo, esto es debido a que conforme pasen los años, la empresa se hará un hueco importante dentro de las academias de idiomas. Si concluimos el análisis interno, vemos que la empresa cuenta con varios puntos fuertes en la parte de fortalezas, que la empresa seguirá luchando por mantener y mejorar aún más. Las debilidades se prevé que con el tiempo y los resultados que vayan obteniendo los alumnos (que esperan sean buenos y salgan contentos), se disminuyan.

Si nos centramos en el análisis externo de la empresa, y observamos la tabla anterior, vemos como encontramos más punto en amenazas que en oportunidades. Esto es debido a que muchos de los puntos de amenazas que encontramos a la hora de prestar este servicio son factores que influyen y se prevé que no descendan mucho. Por lo que serán varios factores que tendrán que tener en cuenta a lo largo del tiempo. En cambio, las oportunidades, son escasas, pero importantes. Poco a poco la empresa conseguirá sacar factores importantes que añadir a este análisis. Podemos concluir, dentro del factor externo, que como es externo a la empresa, cambiarlo no depende totalmente de ellas, pero si hacer todo lo posible para que cambien con su esfuerzo diario.

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES

7.1 CONCLUSIONES

Este proyecto que ha consistido en la valoración de un nuevo servicio consistente en cursos de clases de español para estudiantes extranjeros, para la academia de idiomas, *London I School*, situada en la provincia de Sevilla. Esta academia es fruto de la ilusión y empeño de dos amigas jóvenes y ahora empresarias que decidieron emprender este proyecto. Para ello, contaron con financiación ajena para la mayoría de su capital. Como hemos podido ir viendo conforme se avanza en este trabajo, el nuevo servicio que quieren ofrecer es viable, y le reporta unos beneficios necesarios para cubrir sus costes y además obtener rentabilidad, para esos meses en los que la academia no contaba en principio con actividad ninguna debido a la baja demanda de esos meses en la ciudad. Tras analizar los distintos factores influyentes y determinantes para la creación de este nuevo servicio se han llegado a las siguientes conclusiones.

Conclusión según objetivo 1.

1. Una vez estudiados todos los factores que influyen en la empresa, según cada una de las áreas tanto internas como externas. Hemos podido observar, que están creadas las bases para poner en marcha cursos de español para extranjeros, en la zona analizada en el trabajo.

Conclusiones según objetivo 2.

2. El proyecto es factible económicamente, ya que el TIR nos da una rentabilidad de la inversión de 69,74% neta y calculando el VAN obtenemos una ganancia neta de 23.037,96€.
3. El TIR nos da un valor alto, debido a que las socias han montado este proyecto con sus ahorros y con la ayuda de sus familiares. Con la ayuda recibida el préstamo que piden a la entidad bancaria es bajo, 8.000€.
4. El análisis de la factibilidad financiera del proyecto, depende de las tesorerías acumuladas, como hemos observado a lo largo de todo el horizonte temporal, todas nuestras tesorerías acumuladas son mayor que cero.
5. El proyecto empresarial reporta unos beneficios tras su venta a los tres años de ejercicio. Las accionistas recibirán 1.600 € cada año en concepto de dividendos y 37.095.51€ en el tercer año tras liquidar la empresa. Por tanto, la accionistas recuperan su capital social y además obtienen un excedente.

Conclusiones según objetivo 3.

6. Los ratios financieros calculados y la comparación con otras academias nos indican que los ratios de academia *London I School* presenta valores similares a su competencia. Todos los ratios están dentro de los márgenes establecidos en la literatura.
7. Las empresas analizadas y comparadas tienen en común que existe en monto elevado de activo inutilizado. Este activo pertenece a la tesorería. Por lo que deberían invertir esta tesorería existente en inversiones financieras para que genere rentabilidad.

Conclusiones según objetivo 4.

8. La empresa hará valer de sus fortalezas y oportunidades y utilizará sus debilidades y amenazas para convertirlas en aspectos positivos y que ayuden a la buena marcha de este nuevo servicio.
9. La empresa, teniendo en cuenta su análisis interno y externo, cuenta con más fortalezas. Esto le ayudará mucho en el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

Palacín Sánchez, M. J. (2013): *Economía y Finanzas. Apuntes para la asignatura Finanzas (Grado en Economía)*. Edición Digital @tres, S.L.

Durbán Oliva, S. (2017): *Finanzas corporativas*. Ediciones Pirámides (Grupo Anaya, S.A.).

Salvador Durbán Oliva (2014): *La práctica en Finanzas Corporativas. Cuaderno de trabajo*. Red de Impresión.

Obtenido de <http://www.aulaplaneta.com/2015/11/25/noticias-sobre-educacion/las-diez-claves-de-la-educacion-en-el-reino-unido-infografia/>

Obtenido de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140902_reino_unido_idioma_ingles_lenguajes_extranjeros_jp

Obtenido de <https://bbvaopen4u.com/es/actualidad/las-5-licencias-de-software-libre-mas-importantes-que-todo-desarrollador-debe-conocer>

Obtenido de <https://bib.us.es/>

Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>

Obtenido de <http://www.blog.andaluciaesdigital.es/ventajas-de-las-tics-para-las-empresas/>

Obtenido de file:///C:/Users/MariaJos%C3%A9/Downloads/doc_Cortizas38.pdf

Obtenido de <http://www.cervantes.es/imagenes/File/prensa/EspanolLenguaViva16.pdf>

Obtenido de <http://clic.es/es/>

Obtenido de <http://www.couckesacademy.es/>

Obtenido de <http://www.datosmacro.com/paro/espana>

Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SE.XPD.TOTL.GD.ZS?view=chart>

Obtenido de http://www.descuadrando.com/Producto_sustitutivo

Obtenido de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=desempleo>

Obtenido de http://economia.elpais.com/economia/2017/04/04/actualidad/1491293181_549093.html

Obtenido de http://www.elconfidencial.com/mercados/2017-01-19/bce-mantiene-intactos-tipos-interes-precios_1318875

Obtenido de <http://elcorreoweb.es/historico/el-paro-en-sevilla-va-por-barrios-FNEC383512>

Obtenido de http://www.eldiario.es/sociedad/pasara-becas-Erasmus-Brexit_0_531597747.html

Obtenido de <http://www.eliberico.com/un-estudio-del-british-council-coloca-al-espanol-como-idioma-extranjero-mas-importante-de-reino-unido.html>

Obtenido de <http://www.elperiodico.com/es/noticias/sociedad/espana-cola-del-conocimiento-idiomas-extranjeros-2693451>

Obtenido de <http://www.enforex.com/school-sevilla.html>

Obtenido de <http://englishtimeschool.com/>

Obtenido de <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/inflacion.aspx>

- Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>
- Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Lenguas_del_Reino_Unido
- Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Salida_del_Reino_Unido_de_la_Uni%C3%B3n_Europea
- Obtenido de <http://www.europapress.es/sociedad/noticia-son-idiomas-mas-estudiados-cada-pais-mundo-20160509120804.html>
- Obtenido de http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-990_es.htm
- Obtenido de <http://www.europaplus.net/blog/mejor-edad-para-mandar-los-ninos-estudiar-idiomas-extranjero/>
- Obtenido de <https://exceltotal.com/analisis-de-sensibilidad-en-excel/>
- Obtenido de <http://www.fundeu.es/noticia/el-espanol-es-el-segundo-idioma-mas-estudiado-en-escuelas-de-francia-y-suecia-6694/>
- Obtenido de <http://www.giraldacenter.es/cursos-de-ingles/?gclid=CPyzpvn989MCFUG4GwodBIEPiQ>
- Obtenido de <https://www.google.es/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=academias+de+ingles+en+sevilla>
- Obtenido de <http://www.londonischool.com/>
- Obtenido de <https://www.idealista.com/news/finanzas/laboral/2017/01/30/745136-espana-sigue-sin-aprobar-los-idiomas-en-europa-aprenden-dos-lenguas-el-doble-de>
- Obtenido de <http://www.idiomascarlosv.es/>
- Obtenido de http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595
- Obtenido de <http://www.inversion-es.com/plan-de-inversiones.html>
- Obtenido de http://www.iseandalucia.es/c/document_library/get_file?uuid=3330dc35-f9a3-462a-ab8f-ddb9cb918fa1&groupId=10137
- Obtenido de <http://www.lamoncloa.gob.es/espana/eh15/politicassocial/Paginas/index.aspx>
- Obtenido de <http://www.mediavida.com/foro/off-topic/ingleses-apresuran-aprender-espanol-552706>
- Obtenido de <https://www.msssi.gob.es/>
- Obtenido de <http://www.oecd.org/edu/education-at-a-glance-19991487.htm>
- Obtenido de https://prezi.com/1fzow7_7-klg/niveles-de-servicio/
- Obtenido de https://www.protocolo.org/internacional/europa/modo_de_vida_y_cultura_popular_del_reino_unido_cuestiones_culturales_supersticiones_gastronomia.html
- Obtenido de <https://www.randstad.es/nosotros/sala-prensa/el-conocimiento-de-idiomas-aumenta-un-37-las-posibilidades-de-encontrar-empleo/>
- Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-00132006000100007
- Obtenido de <http://www.sevilla.org/ayuntamiento/distritos/los-remedios/-/datos-del-distrito-los-remedios/poblacion-del-distrito>

La factibilidad económico-financiera de un nuevo proyecto de inversión: en la
academia *London I School*

Obtenido de <http://sevillahabla.com/es/>

Obtenido de <https://theenglishbusiness.com/>

Obtenido de <http://trucoslondres.com/sistema-educativo-inglaterra/>

Obtenido de <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/reino-unido/vivir/cultura-tradiciones/191>

Obtenido de http://www.wipo.int/sme/es/ip_business/licensing/technology_license.htm

Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/2741129/0/mapa-mundo-idioma-mas-estudia/>