



Universidad Nacional Autónoma de México

---

Facultad de Contaduría y Administración

*“Creación de Academia de Idiomas”*

**Diseño de un Sistema o Proyecto**

*Sang Hun Nam*



Ciudad Universitaria, CDMX

2017



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Universidad Nacional Autónoma de México

---

Facultad de Contaduría y Administración

**“Creación de Academia de Idiomas”**

Diseño de un Sistema o Proyecto

**Que para obtener el título de:**  
Licenciado en Administración

**Presenta:**

Sang Hun Nam

**Asesor:**

Maestro Da Gama Darby Scott Michel Martin



Ciudad Universitaria, CDMX

2017

# ÍNDICE

## Dedicatorias y agradecimientos

<b>Introducción</b> .....	<b>6</b>
<b>Antecedentes y Problemática</b> .....	<b>7</b>
<b>Aspectos Globales</b> .....	<b>8</b>
<b>México</b> .....	<b>9</b>
<b>Objetivos y alcances</b> .....	<b>10</b>
<b>Aportaciones</b> .....	<b>11</b>
<b>Inglés</b> .....	<b>11</b>
<b>Chino</b> .....	<b>13</b>
<b>Coreano</b> .....	<b>14</b>

## Capitulo I-Análisis de la empresa

<b><u>1</u> Misión, Visión y Objetivos</b> .....	<b>16</b>
<b><u>2</u> Antecedentes de la empresa</b> .....	<b>17</b>
<b><u>3</u> Fortalezas, Amenazas, Debilidades y Oportunidades</b> .....	<b>18</b>

## Capitulo II- Análisis del mercado

<b><u>1</u> Segmentacion de Mercado</b> .....	<b>21</b>
<b><u>2</u> Macroentorno</b> .....	<b>23</b>
<u>2.1</u> -Político – Legal.....	24
<u>2.2</u> -Economía .....	25
<u>2.3</u> -Socio Cultural .....	26
<u>2.4</u> -Tecnológico.....	29
<b><u>3</u> Microentorno</b> .....	<b>30</b>
<u>3.1</u> Proveedores .....	30
<u>3.2</u> Consumidores.....	31
<u>3.3</u> Competidores .....	34
<b><u>4</u> Plan de marketing</b> .....	<b>37</b>
<u>4.1</u> Producto .....	37
<u>4.2</u> Clientes.....	38
<u>4.3</u> Competencia.....	38
<b><u>5</u> Los 4 Ps</b> .....	<b>39</b>

### **Capitulo III- Estudio Técnico**

<b><u>1</u> Forma jurídica de la empresa.....</b>	<b>44</b>
<b><u>2</u> Trámite legal.....</b>	<b>46</b>

### **Capitulo IV- Estudio de la Organizacion**

<b><u>1</u> Análisis de los puestos de trabajo .....</b>	<b>52</b>
<b><u>2</u> Distribución en la instalacion.....</b>	<b>56</b>
<b><u>3</u> Ubicación.....</b>	<b>58</b>
<b><u>4</u> Operaciones y procedimientos .....</b>	<b>59</b>

### **Capitulo V- Estudio Financiero**

<b><u>1</u> Cálculo de inversion .....</b>	<b>64</b>
<b><u>2</u> Plan de financiamiento .....</b>	<b>68</b>
<b><u>3</u> Cuentas de gastos e ingresos.....</b>	<b>68</b>
<b><u>4</u> Punto de equilibrio.....</b>	<b>69</b>
<b><u>5</u> Proyección financiera .....</b>	<b>71</b>

**Conclusiones**

**Cibergrafias y referencias**

## DEDICATORIAS

Dedico este trabajo a mis padres, gracias por haberme dado la vida y educado apropiadamente, por haberme enseñado el más alto estandar moral de Dios Jehova, por haberme apoyado a lo largo de mi vida, de manera financiera y emocional. Ahora que vivo se lo difícil que es tener que preocupar y mantener a otra persona mientras vivo mi vida. Todas las estrictas disciplinas que en su momento fueron odiosas me ayudaron a ser una mejor persona hoy en día. No se como agradecerles por todo lo que hicieron por mi, asi que quiero dedicarles este trabajo que es el resultado del estudio universitario, la conclusión de mi carrera de licenciatura, para decirles que todo esto se los debo gracias a ellos. Gracias mama por siempre preocuparte por mi, aun cuando estas lo mas lejos que podemos estar en la Tierra, de extremo a extremo. Gracias papa, que a pesar de que ya no estas aquí con nosotros, por darme animos y fuerzas para vivir en este mundo. Los amo.

Tambien dedico este trabajo a mi mismo. Me felicito por haber concluido mi carrera en la UNAM, en la maxima casa de estudios, por no haberme descarrado durante el transcurso de 10 años de vida que tuve que vivir solo, por no haberme dado por vencido en los tiempos difíciles. Y como dirian por ahí, Esto no es el fin, pero el comienzo, vendran situaciones mas difíciles, pero los superaré como lo he hecho hasta ahora.

Aprovecho para agradecer a siguientes personas.

Al Sr Kim Seong Soo y a la Sra Kim Myoung Yi por haberme apoyado como si fueran mis papás mientras vivia en México, me ayudaron a ser una mejor persona.

A Alberto Hernandez Espinosa, mi mejor amigo desde que llegue a México. Y aunque ahora estamos lejos de uno al otro, le agradezco por haber escuchado todos mis problemas y por darme buenos consejos. Gracias a Francisco Daniel Villareal Sanchez, un gran amigo, que me ofrecio alimento y hogar cuando no tenia nadie que me ayudara en México. Por haberme elogiado y animado siempre.

A Mauricio Adalberto Palma Palomino y a Victoria Tlaxca Mendoza, quienes estuvieron despiertos en la madrugada para ayudarme a terminar mi trabajo.

A la Sra Park Yeon Soon, quien me permitio trabajar para que pudiera mantenerme mientras estudiaba y me permitio realizar actividades escolares en el transcurso.

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero empezar agradeciendo a la Universidad Nacional Autónoma de México, A la máxima casa de estudios, por permitirme quedar y estudiar en una de sus maravillosas facultades de manera gratuita. De no ser así, no habría podido ser capaz de terminar la licenciatura con los escasos recursos económicos que tenía.

A la Facultad de Contaduría y Administración por ofrecer sus instalaciones en donde pude conocer a mis amigos y por brindarme la educación que necesitaba para poder prepararme como profesionista, a ser una mejor persona.

Gracias a todos los profesores que me apoyaron durante mi trayectoria escolar, en especial al profesor Villegas Tenorio Iván Josué, Excelente profesor, uno de los mejores de la facultad, por siempre estar dispuesto a ayudarnos en nuestros trabajos y capacitarnos como profesionistas.

También quiero agradecer al profesor Víctor Delgadillo Cano, quien también estuvo dispuesto a ayudar a sus alumnos y apoyarnos en diversos temas financieros, sacando tiempo hasta en días de descanso.

Y por supuesto, al maestro Scott Michel Martín Da Gama Darby, quien me ayudó a realizar y corregir este trabajo que contenía muchos errores, con mucha paciencia y amabilidad.

Son muchos más a quienes les debo agradecimiento y palabras me hacen falta para expresarles lo agradecido que estoy con todos.

Gracias Universidad Nacional Autónoma de México, gracias Facultad de Contaduría y Administración, gracias a todos. Gracias por haberme ayudado a ser lo que soy hoy en día.

## Introducción

Ya sea por gustos o por razones laborales, aprender otro idioma es esencial en esta época donde la globalización extiende sus raíces a todos los rincones del mundo, hace que sea esencial extender nuestras fronteras de conocimiento hacia el exterior del país en el que estamos viviendo para no quedar atrás en este mundo que está en constante movimiento.

Algo básico y esencial que se necesita para salir y conocer culturas diferentes, es el idioma.

Aprender un idioma trae múltiples beneficios a las personas en cuanto al desarrollo personal. Aprender idiomas mejora la salud del cerebro, se abren oportunidades laborales y nos capacita para recibir mayor cantidad de información de nuestro alrededor. Y en el desarrollo profesional, de acuerdo a Ryan McMunn (experto en idiomas y CEO de Bric Language Systems), desde 2014 las personas que saben hablar con fluencia un segundo idioma pueden obtener un 10 a 15% de incremento en sus sueldos. ([www.brinlanguage.com](http://www.brinlanguage.com))

Nuestra Facultad (Facultad de Contaduría y Administración) impulsa el aprendizaje de nuevos idiomas para los alumnos, pero el desempeño de ellos suele ser pobre cuando no es practicado regularmente después de los exámenes.

Aprender un idioma se requiere de mucho esfuerzo y fuerza de voluntad. Un idioma no es algo que se aprende mediante razonamiento, pero si se logra con repetida práctica hasta que es grabado en el cerebro, lo cual impacta a las personas en su forma de pensar y hablar.

En mi experiencia, después de haber aprendido otros dos idiomas (español e inglés) considero que aprender un nuevo idioma es algo que se puede hacer por cuenta propia en estos días, ya que contamos con diversos instrumentos que se encuentran en nuestro alrededor. Pero entonces, ¿por qué la gente sigue buscando instituciones para aprender un nuevo idioma?

Una de las razones es porque la gente no está acostumbrada a estudiar por cuenta propia. Parecen ser pocas las personas que pueden controlar sus impulsos de salir con sus amigos y estudiar algo que no les es obligado.

Una institución de idiomas ayuda a que las personas sientan más la responsabilidad de estudiar un idioma y ayuda a reducir el esfuerzo que se tiene que desempeñar. Además de contar con la facilidad de tener alguien con experiencia que brinda confiabilidad.

Junto a estas razones y por mi gusto por compartir y enseñar los conocimientos que tengo, ha surgido en mi la idea de crear una academia de idiomas en la Ciudad de México.

En este proyecto se verá a detalle las necesidades del mercado, la preparación y los gastos necesarios para crear una academia de idiomas.

## **Antecedentes y Problemática**

Salí de mi país natal Corea con mis papas a los 8 años de edad y aprendí mi segundo idioma (el español) con mucha dificultad. Al mismo tiempo gracias a mi madre, pude aprender inglés simultáneamente. Me tardé aproximadamente 3 años en aprender ambos idiomas. La forma de aprender fue bastante similar. Ambos idiomas los aprendí de forma autodidacta.

El aprendizaje de ambos idiomas tiene similitud en qué estudie con dos libros iguales, uno en idioma natal y otro en idioma extranjero. Este método se trataba de leer cierta cantidad determinada de páginas, buscar todas las palabras que desconocía y aprendérmelos. Podría verse sencillo y aburrido tal vez, pero armar frases y entenderlas resultó ser bastante entretenido y efectivo. La diferencia fue que el español tenía la oportunidad de escucharlo todo el día ya sea en la escuela o en la calle, y el inglés me limitaba a escucharlo mediante las películas.

Después tomé mayor interés por el inglés y escribía historias, de esta forma pude seguir practicando por mi cuenta y cuando platicaba con mis amigos que hablaban inglés, me di cuenta que mi nivel era más alto al que enseñaban en la escuela, o aún más que mis compañeros que iban en academias especializadas como Harmon Hall.

Con el paso del tiempo todo esto lo dejé de practicar, hasta que un día en la universidad, un compañero me preguntó acerca del idioma coreano y le enseñé lo básico del idioma en unos 30 minutos lo cual fue muy entretenido para mí y también para él, pues me dijo que le había quedado muy claro, diciendo que debería intentar dar clases de idiomas. Por alguna razón, esto me motivó a ponerme como meta ser profesor de idiomas y emprender una academia.

Las únicas clases que he dado hasta el día de hoy son de idioma coreano, pero muy pronto quiero dar clases de inglés y español también. He trabajado como traductor en ciertas ocasiones, de coreano a inglés y de español a coreano, lo cual considero que será útil para dar clases de idiomas en un futuro.

## **Aspectos Globales**

El mundo requirió de personas que tuvieran conocimiento de múltiples idiomas desde hace mucho tiempo. Podemos leer en las historias antiguas de Grecia, egipcias y hebreas, que necesitaban de personas que hablaran varios idiomas para poder establecer relaciones diplomáticas.

Ahora es global. Ya no está limitado en dos países cercanos, pero entre países que están en los lados opuestos de la tierra. Por un ejemplo en Corea, país que se encuentra de lado contrario de Estados Unidos, es esencial aprender hablar inglés para poder obtener un trabajo. ¿Cómo es que llegó a ser tan importante el aprendizaje de idiomas hoy en día?

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se ha preocupado desde hace años por el papel que tienen las lenguas en el contexto mundial. En 1999 adoptó un término llamado educación multilingüe, el cual se refería al menos al aprendizaje de tres idiomas, los cuales incluían una lengua materna y dos extranjeras. Esta resolución partió de la necesidad de desarrollar lazos de comunidades culturales y lingüísticas, las cuáles pueden ser resueltas únicamente mediante la educación multilingüe.

Existen aproximadamente 6,909 lenguas habladas en todo el mundo y es importante que el estudiante elija el idioma que tenga la mayor utilidad. Según la OCDE, (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) el inglés es el idioma más usado en las transacciones económicas, lo cual lo hace un factor de competitividad para iniciar negocios. Esta organización también estaba preocupada por enseñar a las personas lenguas extranjeras, pues organizó en 2008 en Japón una conferencia llamada “Globalización y la competencia lingüística, respondiendo al ambiente de diversidad de lenguas.”

OCDE y la UNESCO, las dos organizaciones mundiales que se dedican a promover la cultura y economía, claramente reconocen la importancia de aprender idiomas para que se puedan transmitir conocimientos y beneficios entre diferentes países. El mundo sabía la importancia de idiomas desde hace mucho tiempo atrás, ahora está más consciente de ello con la llegada de la globalización.

Ahora que vimos brevemente acerca de cuándo empezó a promoverse mundialmente el aprendizaje de diferentes lenguas, se verá acerca de las medidas que ha tomado México para estar al tanto del avance mundial respecto al fenómeno del aprendizaje de idiomas.

## **México**

En México se enseñó el inglés de manera obligatoria desde 1926 en las escuelas secundarias públicas y se empezaron a desarrollar programas de inglés en escuelas primarias a partir de 1992.

En 2006 la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo económicos) considero necesario que en México se realizara una reforma, reforzando la enseñanza de lengua extranjera a todas las instituciones de educación pública. Hizo doce recomendaciones al sistema educativo mexicano; a partir de los resultados obtenidos en el programa para La Evaluación Internacional de Estudiantes, dos de ellas hablan acerca de la importancia de educar a los estudiantes en el ámbito internacional.

*1- PND(Plan Nacional de Desarrollo) 2007-2010*

*Promover la educación integral de las personas en todo el sistema educativo. La educación, para ser completa, debe de abordar... los idiomas y la práctica del deporte.*

*2- PSE(Plan Sectorial de Educación) 2007-2012*

*Ofrecer una educación integral que equilibre la formación en valores ciudadanos... fortalecer la convivencia democrática e intercultural.*

El objetivo de estos plan es converge y es operacional, legislado en la Reforma Integral de la Educación Básica, donde se establece como una de las líneas estratégicas de la SEP (Secretaría de Educación Pública) la enseñanza de inglés como reto de la educación primaria.

También, como mencionamos al principio, son aproximadamente 6,000 lenguas las que existen alrededor del mundo. La Subsecretaria de la Educación Básica (SEB) analizó aspectos como;

- 1- ¿Qué lenguas?
- 2- ¿Para qué?
- 3- ¿Cuándo?
- 4- ¿Cuáles son las implicaciones de enseñar una lengua extranjera?

Cual los llevo a la conclusión de que el inglés era la lengua con mayor importancia en la comunicación internacional, así como la cercanía que tiene México con Estados Unidos y que ya existía una infraestructura en la que se enseñaba inglés desde la secundaria. Por lo tanto optaron por el inglés como el segundo idioma al cual el sistema educativo dedicaría a enseñar a los estudiantes.

## **Objetivos y alcances**

Este proyecto tiene por plasmar detalladamente la idea de crear una academia de idiomas.

Se tiene previsto crear el negocio sin apoyo financiero externo y realizar todo con capital propio. Estoy consciente que corro el riesgo de perder gran cantidad de ahorro en caso de que la empresa no resulte efectivo, pero por eso deseo realizar el proyecto de negocio lo más realista posible para preveer las amenazas y prepararme para enfrentarlos.

El capital con la que se planea empezar el negocio es de \$150,000 pesos. La academia tiene que generar ingresos mensuales suficientes para pagar los gastos de la empresa y cubrir mis gastos personales, recuperado la inversión al termino del primer año de la operación.

Se desea crear la academia en algún lugar en “zona rosa” en la Ciudad de México si es posible, porque considero que es un espacio donde muchas personas jóvenes se encuentran trabajando o en actividades de ocio y pienso que es un publico que podria atraerlos a la Academia. En caso de que los resultados de las investigaciones resulten negativo financieramente, estoy abierto a realizar cambios en los planes de la academia.

Se enseñarán 2 idiomas no comunes, que son el coreano y el chino, y el inglés que es el idioma más usado en el mundo en cuestiones de negocios. Impulsare el crecimiento del nuevo negocio con ventajas competitivas y estrategias que desarrollare en este proyecto.

## **Aportaciones**

Como aportaciones del presente proyecto, la Academia de idiomas se encuentran siguientes aspectos:

1. Aplicación de las enseñanzas que obtuvimos en la universidad en la vida real y como pueden ser usados.
2. Demostrar la posibilidad de crear un negocio (Pyme) en la Ciudad de México con capital limitado, mediante la búsqueda de datos mercadológicos y financieros.

3. Conocer la inversión que se requiere para crear una academia de idiomas.
4. Aprender las estrategias que se pueden llevar a cabo para promocionar una empresa nueva dedicada a la enseñanza.
5. Conocer los procedimientos legales que se deben de llevar a cabo para funcionar legalmente en México.
6. Conocer la redituabilidad de la empresa.

## **Inglés**

El deseo de los jóvenes de diferentes países de aprender inglés se ve reflejado en la investigación de la UNESCO, de los países que fueron escogidos por los estudiantes para el intercambio. En los primeros dos lugares se encuentran Estados Unidos e Inglaterra, países que tienen el inglés como su idioma materno, seguidos por Francia y Australia.

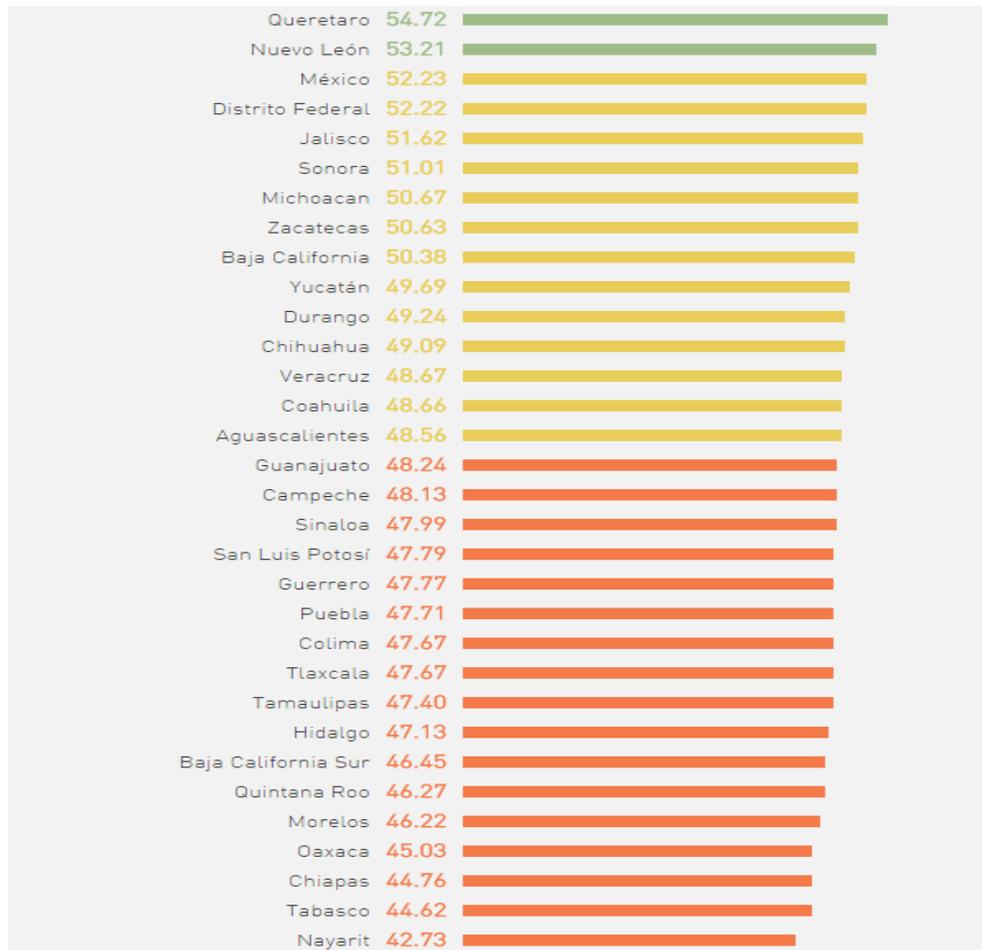
A pesar de que no es el idioma más usado, en cuanto a los negocios es el primer lugar en ser el más aprendido y usado en diversos países. Es el idioma oficial en 83 regiones, impartidos en otros 105 países, según la UNESCO se calcula que unos 1,500 millones de personas estuvieron aprendiendo inglés en el año 2015. ([www.unesco.org](http://www.unesco.org))

La cantidad de personas que hablan inglés en el mundo y el número de países que lo utilizan, es una de las razones por la cual en esta época de globalización, aprender el inglés amplía nuestras fronteras de conocimiento. Según la página web Oxford (<http://www.ox.ac.uk/news-and-events>), el 55% de los sitios web están escritos en inglés, que permite una búsqueda mas amplia de información, también nos permite tener la capacidad de atender a negocios internacionales, vender a clientes extranjeros o negociar con proveedores de otros países. Para cualquier persona que desea crecer profesionalmente, aprender inglés es un requisito indispensable y básico.

En cuanto el nivel de inglés en México, de acuerdo a investigación realizada por la EF EPI (Índice de Nivel de Ingles) (<http://www.ef.com.mx/epi/>) A excepción de Querétaro y Nuevo León, los estados tienen una calificación baja.

El siguiente cuadro muestra en un grado de 1 al 100 el nivel de inglés en México, donde según la calificación realizado por la EF EPI, el color verde indica Medio, el amarillo malo, y el naranja muy malo.

Grafica 1. Nivel de inglés por estados.



Fuente: EF EPI

Como se puede ver, los únicos estados con calificación media son Querétaro y Nuevo León. Se puede ver la necesidad que aún tiene el país del aprendizaje de inglés.

El periódico “El Financiero” reportó en el 2014 que sólo el 5% de la población de México habla inglés. Y según Forbes, los hallazgos que hicieron mediante el análisis EF EPI del Índice de nivel de inglés, son;

- Para que México pueda satisfacer la demanda de enseñanza del inglés a sus 12 millones de estudiantes a nivel primaria, requiere reclutar y entrenar cuando mínimo 85,000 profesores.

- Desde la firma de Tratado de Libre Comercio en 1992, Estados Unidos se ha convertido en el principal socio comercial de México. Pese a esto, únicamente los territorios del norte mexicano muestran un nivel adecuado de inglés, mientras que los del sur mantienen un nivel promedio insuficiente.

Estos puntos nos dan buenas razones iniciales para investigar más acerca de la necesidad de enseñar el inglés en México.

## **Chino**

En China viven aproximadamente 1.38 billones de personas. Eso es casi una quinta parte de la población mundial y por supuesto es el país número 1 en la lista de países con la mayor población.

Desde la reforma de mercado de 1978, China cambió su forma de mercado centrado; donde el gobierno estaba a cargo de un modelo de mercado de la economía, donde basa su inversión, producción y distribución de acuerdo a la oferta y demanda. Esto permitió que experimentara un desarrollo económico y social rápido. Su PIB creció con un promedio de 10% al año y saco más de 500 millones de personas de la pobreza.

A pesar de que China sigue siendo un país en desarrollo, recientemente se ha convertido en la segunda economía más grande del mundo y está jugando un rol importante en la economía global. Aun que tiene malos comentarios por sus productos de baja calidad que se encuentran en el mercado, su tecnología cada vez va mejorando y es indispensable que el administrador o cualquier persona que desea participar en el mercado global tenga una mente abierta y vea las cosas libres de prejuicio, entonces sabrán que aprender chino se ha vuelto tan importante como fue aprender inglés en años anteriores.

Si esto no nos convence aún, la información que nos provee “The Economist” despertará nuestro interés. El artículo que se escribió en marzo de 2015 dice; “Hoy en día China produce 80% de acondicionadores de aire, 70% de celulares y 60% de zapatos que hay en el mundo.” No solo eso, CNN Expansión dice que en 2007 China fue el tercer proveedor externo de bienes a México; está claro que conocer idioma de un país que tiene un alcance tan extenso de sus productos será útil para muchas personas que traen productos desde China.

De acuerdo a Charlie Custer, escritor que estaba trabajando en Asia, la página de NOTCFL(National Office for teaching Chinese as a Foreign Language) indicaba 30 millones de extranjeros estudiando chino.

Si aprender inglés es esencial puesto que es usado en numerosos países del mundo, aprender el idioma de un país que está ganando dominio de la economía mundial es igual de importante para las personas que desean progresar en su situación laboral y económica.

## **Coreano**

El coreano es una lengua de poco reconocimiento a comparación de los dos idiomas que mencionamos anteriormente, pero aun así, según la página “Aprende Más” (<http://tmp.aprendemas.com>) en sección de idiomas, entra dentro de la lista de las doce idiomas más importantes por aprender, introduciendo como un idioma difícil de aprender para los hispanos, pero suficientemente fácil para aprenderlo en unos meses.

Como experiencia personal, pienso que el idioma coreano en México es un mercado que esta sin explotarse.

Fui a una entrevista de trabajo al Estado de México en el 2011, en donde solicitaban traductor de coreano a español. El pago era de 35 mil pesos mensuales, más prestaciones de hospedaje y comida de parte de la empresa.

Un evento reciente relacionado es la entrada de la empresa automotriz KIA en México. Según informes del periódico de distribución especial “El Coreano”, el sueldo mensual que recibían las personas que dominaran español y coreano estaban entre 45-50 mil pesos.

De acuerdo al artículo del periódico “El Economista”, menciona que ya sea ingenieros, ejecutivos de hoteles, bancos y prestadores de otros servicios han incrementado la demanda de aprender el idioma coreano, viéndolo como una oportunidad de negocio y algo imprescindible para el acercamiento a esa cultura.

Las informaciones reportadas por los periodicos, muestran que el idioma coreano puede resultar beneficio para desarrollo profesional en México.

Ahora que vimos las razones para impartir clases de las tres idiomas, plantearemos las ideas de como se deba de desarrollar la Academia.

# Análisis de la empresa

---

## **1. Misión, Visión y Objetivos.**

Peter Senge, en la revista “Leader to Leader”, describe la importancia de tener la visión y misión de una organización, refiriéndolos como el corazón del cuerpo humano, que funge como el motor que lleva a alcanzar los objetivos planteados. Una visión es conjunto de objetivos que tiene la organización para poder coordinar las actividades hacia un futuro deseado y la misión es la descripción de las actividades de la empresa.

### **- Misión**

La misión de una Academia de idiomas es enseñar la manera y aplicación de las mismas, que a diferencia de otras academias, los alumnos puedan hablar el idioma en menos tiempo del que se tardarían en un curso estándar, mediante la enseñanza de las reglas gramaticales básicas seguidas por conversaciones en idioma extranjera.

### **Visión**

Ser una academia con reconocimiento en la Ciudad de México en 2 años, con un plan de estudios estable y eficiente, que nos diferencie de otras academias de idiomas.

### **Objetivos**

1. Ubicar la academia en la zona céntrica, sin salir del presupuesto.
2. Publicitar la academia en escuelas particulares, universidades y empresas para obtener el reconocimiento.
3. Efectuar la enseñanza con métodos muy concisos, de manera interesante para los alumnos.
4. Presupuestar el costo de las clases, de modo que sean más económicas que otras, sin perjudicar la parte financiera de la academia.
5. Siempre mantenerse actualizado en cuanto a las tecnologías que afecta la metodología de la enseñanza.

## **Valores**

Honestidad: Queremos que las clases y el aprendizaje cumplan con las expectativas de los alumnos, después de escuchar la introducción de la academia.

Lealtad: Atenderemos a todos los alumnos con el sincero deseo de enseñar.

Responsabilidad: Tomaremos en serio la labor de hacer que el alumno pueda aprender más fácilmente el idioma que ha escogido

## **2. Antecedentes de la empresa**

### **Nombre de la empresa: The Point**

El nombre quiere decir “El Punto” para hacer referencia a que vamos directo al objetivo. Aunque al principio pensé en poner un nombre español para que a la vista genere un sentimiento más familiar, pero después de ver que muchas academias llevan nombres de lengua extranjera, decidí cambiarlo a un nombre en inglés.

### **Sociedad Civil**

De acuerdo a la Ley General de Sociedades mercantiles, nuestra academia será constituida como Sociedad Civil. Este punto se tratará más adelante a detalle.

### **Actividad de la empresa: Servicios**

De acuerdo a la clasificación de la DENE (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas), una academia de idiomas pertenece al sector de servicios educativos (61), subclasificado como escuelas de idiomas del sector privado. (611631)

### **Total, del personal que labora en la empresa: 3 profesores.**

La academia será una empresa familiar, puesto que mis hermanos también conocen diversos idiomas. Solo se contratará un personal externo para la enseñanza del idioma chino.

**Ubicación: En colonia Juárez, Zona Rosa.**

Es una zona con carácter comercial y con varios edificios de grandes corporaciones, miles y miles de personas transitan por las calles de esta colonia. Es un buen lugar para establecer un negocio.

### **3. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**

Es la técnica orientada al análisis y resolución de problemas, cuales se llevan a cabo para identificar y analizar las fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas reveladas por informaciones obtenidas del contexto externo.

Junto con los datos de micro y macro ambiente que se mencionan más adelante, se creó siguiente FODA, la cual nos permite analizar cuáles son las debilidades y amenazas que debemos de cuidar con la creación de la nueva empresa, así como sus fortalezas y oportunidades que pueden ser aprovechados para fines estratégicos en el mercado.

Figura I.1 Grafica F.O.D.A



Fuente: elaboración propia.

## Fortalezas:

- **Precios:** Precios económicos que cualquiera de las grandes academias en la zona.
- **Tiempo:** Periodo de enseñanza más cortó que los demás. (4 a 6 meses dependiendo del idioma)
- **Personal:** Profesores extranjeros proporcionan mayor confianza en los alumnos.
- **Plaza:** Zona céntrica
- **Variedad de idiomas:** Enseñanza de chino y coreano, cuales son escasos en México.

## Debilidades

- **Empresa nueva:** Al ser una empresa nueva, hace falta reconocimiento.
- **Falta de personal:** Poca disponibilidad de capacitación de los alumnos fuera del horario
- **Programas de corta duración:** Programas a corto plazo también implica la entrada de ingresos por menos tiempo.
- **Precio:** Un precio más económico junto con la debilidad anterior podrían causar serios problemas en cuestión de flujo de efectivo si no se lleva una planeación adecuada.

## Oportunidades

- **Gobierno:** La Ley General de Sociedades Mercantiles provee la opción de abrir negocios en días con poca cantidad de dinero.
- **Culturas extranjeras:** la popularidad de la música coreana y la entrada de las empresas coreanas como el KIA influyen en la necesidad del aprendizaje del idioma coreano
- **Escasez de oferta:** Falta de profesores capacitados para enseñar coreano y la poca oferta que existe sigue abriendo puertas para la entrada a nuevas academias.
- **Economía:** El incremento del dólar hace que las personas busquen cosas más económicas y eficientes al mismo tiempo.

## Amenazas

- **Inmueble:** El precio de la renta es elevada en las zonas donde se desea establecer la Academia.
- **Entorno financiero:** El incremento del dólar y la devaluación del peso pueden reducir la cantidad de clientes.
- **Competencias con reconocimientos:** El posicionamiento de las competencias, así como su variedad de programas y equipos actualizados para la enseñanza pueden resultar más atractivos ante los consumidores.
- **Gobierno:** Inexistencia de un plan lingüístico de parte del país crea poca motivación para los alumnos a aprender el idioma coreano o chino.

## II: ANÁLISIS DEL MERCADO

---

Empezaremos este capítulo definiendo las características de las personas que deseamos atraer, pues no hay nada más importante que saber cuál es la necesidad que debemos satisfacer del mercado en el que estaremos participando. Después de obtener los atributos de nuestro mercado, analizaremos los rasgos del macro entorno y el micro entorno para tener presente los factores a los cuales tenemos que adaptarnos, así como los elementos que podemos tomar como ventaja para apoyar el crecimiento de la academia.

## **1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

### **a- Demográficas**

Género y Edad

No existe ninguna barrera para aprender idiomas por determinado sexo. Por lo tanto, ambos sexos son incluidos en nuestro mercado.

Deben de tener un ingreso mínimo aproximado de 9,000 pesos ya sea financiado por sus padres o por capacidad económica propia, porque la media del costo de vida en la Ciudad de México según el “Financiero” es de aproximadamente de \$4,500 pesos y \$9,000 pesos es lo que consideramos que uno debería ganar como mínimo para cubrir sus gastos y tener holgura para pagar clases de \$2,000 pesos mensuales. Independientemente de la edad, cualquier persona que quiera capacitarse para su trabajo o tengan el deseo de aprender inglés pueden entrar, pero personas desde 15 hasta 29 años son las edades que estableceremos para el mercado meta, porque consideramos que son personas que tienen deseo y la necesidad en su vida de capacitar y adquirir habilidades.

### **b- Psicográficas**

En psicograficas delimitamos el publico en base a sus actitudes, estilos de vida y personalidad. Como mencionamos anteriormente, se enfocará a las personas jóvenes con visión a futuro que buscan capacitarse, con el objetivo de triunfar en las competencias que los rodean. Esto se da mucho entre los estudiantes cursando una carrera técnica o licenciatura.

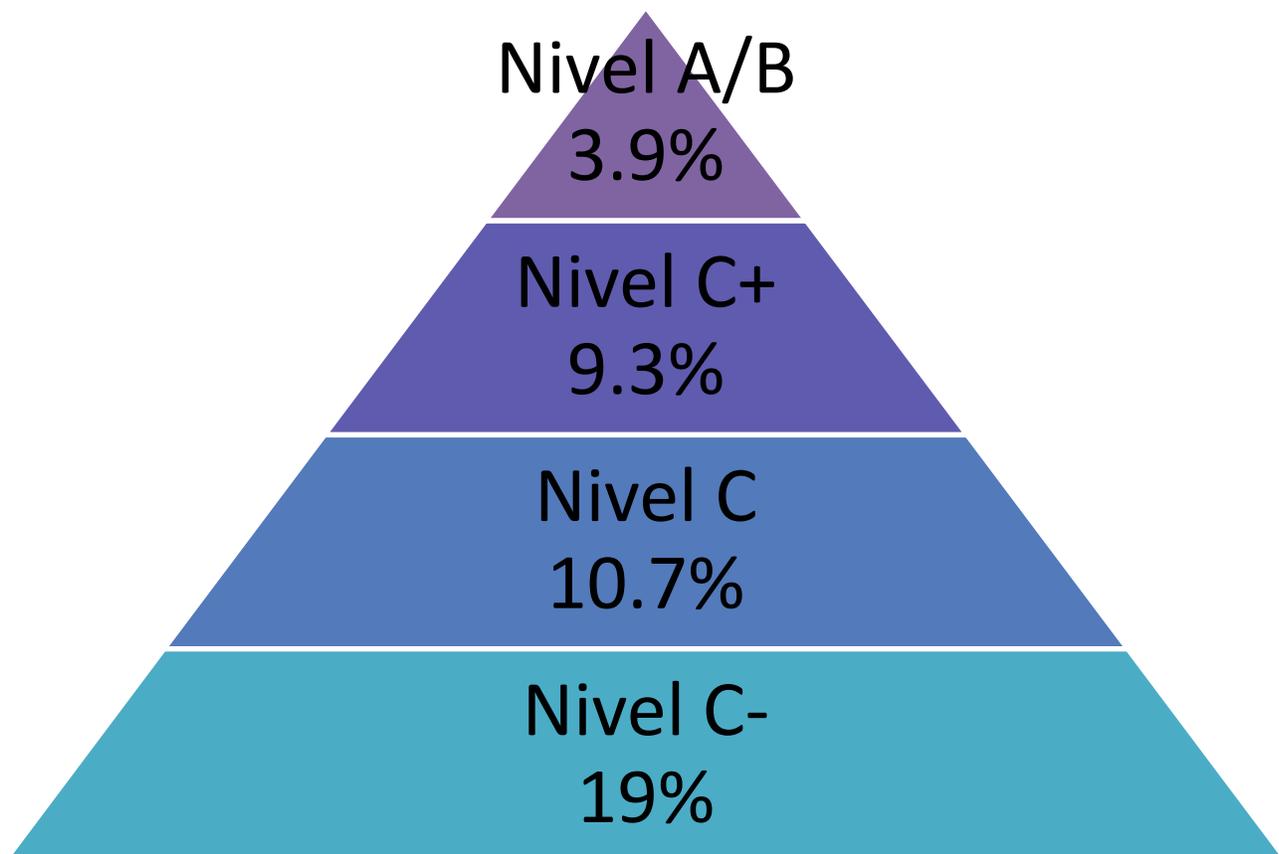
Una persona podría tener estilos de vida y objetivos diferentes dependiendo de la libertad económica que tenga. Por lo tanto es necesario indagar el tema del nivel socioeconómico.

Para poder definir el nivel socioeconómico de nuestro mercado meta, nos basaremos en los datos que proporciona la AMAI (Asociación Mexicana de Investigación de mercado) de los niveles socioeconómicos.

AMAI divide el nivel socioeconómico en 7 niveles y describe sus características como siguiente:

Niveles Socioeconómicos: A/B, C+, C, C-, D+, D y E.

**Imagen 2.1**



Fuente: <http://nse.amai.org/nseamai2/> elaboración propia

El nivel A/B, es el segmento con nivel de vida más alto del país, y representa solamente el 3.9% de los hogares del país. Personas de este nivel socioeconómico buscarían academias de mayor reconocimiento, o sería más probable que fueran a estudiar al extranjero. Por lo tanto, no entran en nuestro mercado.

El nivel C+, representa el 9.3% de los hogares del país. El jefe de familia suele tener un nivel educativo de licenciatura y tienen ocupaciones ya sea en Pymes o en empresas grandes. Tienen como ingreso mínimo \$35,000 pesos mensual. Considerando que el jefe de familia se ha graduado de una licenciatura, es probable que este consciente de la importancia que tiene el aprendizaje de nuevos idiomas para sus hijos y se interese en educar a sus hijos en academias de idiomas.

El Nivel C, representa a 10.7% de los hogares del país. El jefe de familia tiene nivel educativo de preparatoria o secundaria. Laboran como pequeños comerciantes, empleados del gobierno, vendedores, maestros. Su ingreso mínimo es de \$12,000 pesos mensuales. Cuentan con los servicios básicos necesarios como lavadora, microondas, televisión. Estas personas pueden tener cierta libertad económica de hacer gastos extras, pero buscando cosas económicas y eficientes al mismo tiempo. Nuestra academia les ofrece el servicio que podría ser atractivo para ellos.

Nivel C-, este segmento representa el 19% de los hogares del país. Sus decisiones de compra basan mucho entre el costo beneficio y precio. Este nivel podría ser también parte de nuestro mercado, puesto que los precios que ofrecemos son máseconómicos que de otras academias, pero sus ingresos (\$8,000 pesos) podrían no ser suficientes para pagar un curso de idiomas después de cubrir los gastos mensuales. Por lo tanto, no entra como parte de nuestro mercado meta.

Después de analizar las características de nos 4 niveles, se considera que el nivel C y C+ son los más adecuados para elegir como nivel socioeconomico de nuestro mercado meta por sus capacidades financieras.

Nivel socioeconómico del mercado meta de la academia The Point; C y C+.

## **2. MACROENTORNO**

Los factores que nos rodean y que no podemos influir en ellos, pero podemos adaptarnos son los siguientes:

- Político-Legal
- Económico
- Socio Cultural
- Tecnológicos

Se analizará la situación de México respecto a estos factores y cómo influyen estos a la empresa.

## 2.1- Político – Legal

En México existen organizaciones como MEXTESOL (Asociación Mexicana de Maestros de Inglés), ANUPI (Asociación Nacional Universitaria de Profesores de Inglés) y COMEXUS (Comisión México-Estados Unidos para el Intercambio Educativo y Cultural), cuales se esfuerzan en mejorar el nivel de inglés en México. Además, diversas universidades apoyan la capacitación para el aprendizaje de un segundo idioma de los alumnos antes de su graduación. Así como se ha visto en los antecedentes, México aún sigue teniendo como parte de su política de idiomas la enseñanza obligatoria de inglés, según la Reforma Integral de Educación Básica, la cual desde 1993 estableció como idioma secundario en México el inglés hasta el día de hoy. Sin embargo, parece que no ha mejorado mucho la política lingüística respecto al inglés desde ese entonces. De hecho algunas investigaciones realizadas por la universidad de Quintana Roo y por la UNAM que se han realizado sobre este tema previamente, mencionan que en México no existe en si una política lingüística como tal.

Pero en la página de la CENNI (Certificación Nacional de Nivel de idioma) ([www.cenni.sep.gob.mx](http://www.cenni.sep.gob.mx)) menciona los diversos esfuerzos que ha hecho México para aumentar el nivel de inglés en los profesores, como el convenio que ha realizado con British Council para crear maestros de inglés a nivel profesional y cooperaciones con países como Canadá y Australia para la formación de los maestros e inmersión de los estudiantes. Lo cual demuestra que la SEP ha estado esforzando para crear a profesores capacitados en la enseñanza del inglés.

El inglés es obligatorio en la secundaria y también obligatorio en primaria en algunos estados. Además, el plan de estudios que se creó en el 2012 para escuelas normales, establece como requisito obligatorio a los profesores de preescolar y primaria tengan un nivel B2 (nivel intermedio), escala de Promedio y Referencia Común Europeo, (CEFR) de inglés, cual hace que cualquier profesor que desee entrar en aquellos rubros tenga que aprender inglés de nivel básico.

La maestra Estela Quintero, Maestra en educación y profesora en la Escuela secundaria Sor Juana Inés de la Cruz, menciona en una entrevista, “Otro problema es que el enfoque que se le da al inglés que se enseña en las escuelas, es un enfoque superficial. No se hace con la finalidad de que el alumno aprenda a hablar, pero es como si fuera a sobrevivir en caso de que se quedara solo en un país de habla

inglésa.” Y también confirmo que efectivamente, las escuelas carecen de profesores capacitados para enseñar inglés.

Estos datos, a pesar de los apoyos que tiene México para la enseñanza de inglés, nos muestra la existencia de una oportunidad de ofrecer un servicio para un requisito obligatorio, en la cual hace falta mucha personal. Recordemos que según la investigación realizada por EF EPI(English Proficiency Index), hacen falta por lo menos 85 mil profesores en México para cubrir la demanda necesaria.

## **2.2- Economía**

Veamos acerca de la situación económica de México a finales de 2015 y en el presente.

“El Financiero” reporta que de acuerdo a las cifras que se registraron en el INEGI, el crecimiento de la economía de México el año 2015 fue de 2.5% que es superior a los crecimientos que ha tenido en los años 2013 y 2014. Los principales motores del crecimiento fueron las fabricadoras de maquinarias, equipos para el comercio y servicios, los cuales tuvieron un crecimiento de 62 %. (<http://www.elfinanciero.com.mx>)

Sin embargo 2016 no tiene buena pinta. A finales del 2015 hubo un encarecimiento de 2.13% de precios al consumidor y el gran drama de la caída de los precios del petróleo a casi la mitad del precio, ocasiona pérdidas para la recaudación. Además Fed (Federal Reserve System) realizó un incremento en la tasa de interés de préstamos a México. “([www.eleconomista.com.mx](http://www.eleconomista.com.mx))”

A pesar de que el petróleo aporta solo el 10% del PIB en México, representa el 37% de los ingresos del sector público del país. La disminución de precio del petróleo representa beneficios a corto plazo por ser un producto necesario para producir otros bienes, la cual provocará disminuciones en los costos de la producción, baja inflación y mayor inversión, esto representa pérdidas para países exportadores de petróleo, entre las cuales se encuentra México.

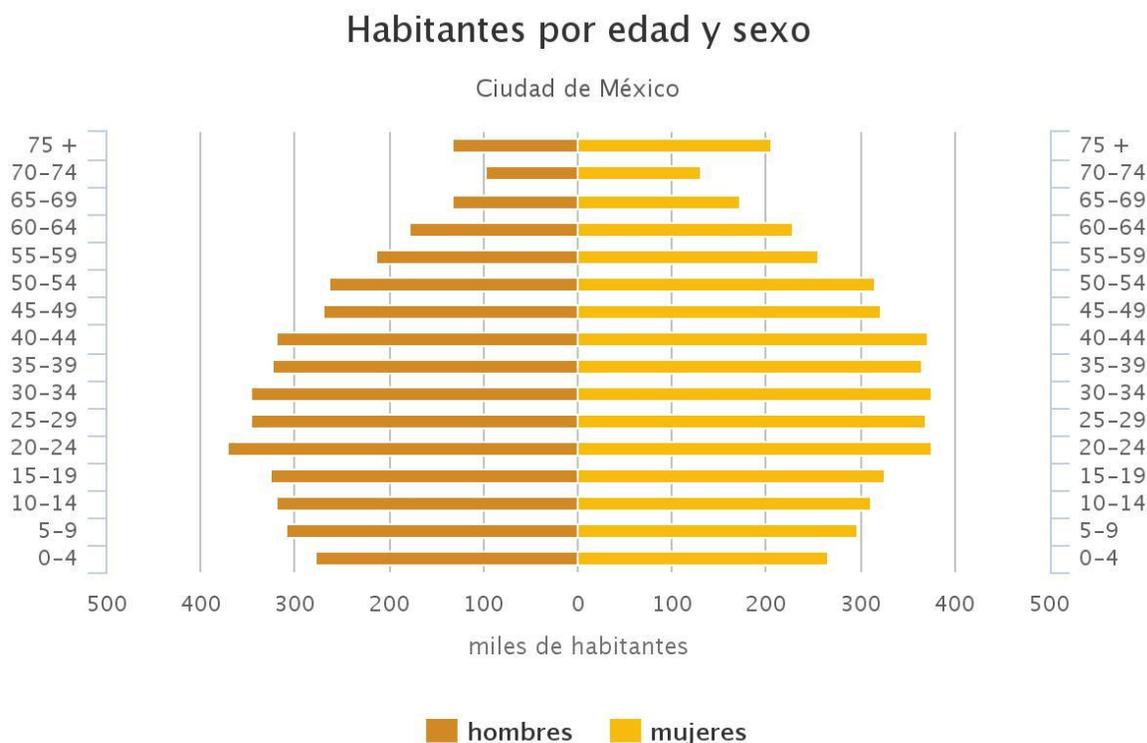
Según Forbes México, menciona que el Banxico está dispuesto a subir su tasa de interés para prevenir la fuga de capital en caso de que Fed intente subir las tasas, cual puede detonar la fuga del capital en México. ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))

A pesar de que Banco de México afirma tener seguros para el golpe financiero mediante el recorte de gasto público y compra de seguros para el petróleo, mientras que la pelea entre Estados Unidos y la OPEP (Organización de Países Exportadoras de Petróleo) continúe, los países productores de petróleo seguirán siendo afectados y probablemente será difícil para México mantener una estabilidad económica y en el peor de los casos, causado por la pelea de precios entre los dos grandes proveedores del petróleo, esta situación podría inducir en deflación. En dado caso, esto tendría consecuencias en la academia, provocando una menor demanda que podría causar una guerra de precios entre diferentes academias, y nosotros al ser una empresa nueva no podríamos ganar en precios.

### 2.3- Socio Cultural

En la Ciudad de México viven 8, 851,080 habitantes, de los cuales 4, 617,297 son mujeres y 4, 233,783 son hombres.

**Grafica 2.2 Habitantes por edad y sexo en la Ciudad de México**



Fuente: INEGI. Encuesta Intercensal 2015

Las personas que entran en nuestro rango de mercado meta, de 15 a 29 años, son un total de 2,112,365 personas (23.8%). Como se puede observar en la tabla 2.1, el mercado objetivo cuenta con una gran cantidad de población.

De acuerdo al periódico “El Universal” publicado en agosto de 2015, la Ciudad de México se ubicó en los últimos lugares en cuanto a la calidad de vida en México, pero esto fue afectado por cuestiones de mantenimientos de parques, jardines, recolecciones de basura, alumbrado entre otros. Pero en cuanto a la clasificación de la región socioeconómica en México, se ubica en el número uno. Y respecto a la situación económica de las personas en la Ciudad de México, se calculó de acuerdo al IMSS en el 2015 un promedio de 382.28 pesos diarios, que es superior al promedio nacional de 294.02 pesos.

La siguiente tabla es la información analizada por la Secretaria de Desarrollo Económico de las personas por entidad con la capacidad económica superior a los 5 salarios mínimos.

**Tabla 2.3 Capacidad económica de las personas según las delegaciones en la CDMX (mas de 5 salarios minimos)**

Delegación	Más de 5 salarios mínimos	
	Absoluto	%
Milpa Alta	1,051	2.03%
Gustavo A. Madero	11,656	2.80%
Xochimilco	6,594	3.92%
Cuajimalpa de Morelos	4,477	4.68%
Venustiano Carranza	9,190	5.11%
Iztacalco	11,179	6.49%
Iztapalapa	56,744	6.95%
Tláhuac	13,932	6.98%
Cuauhtémoc	27,528	7.73%
Tlalpan	29,519	8.46%
Miguel Hidalgo	9,395	8.77%
Coyoacán	27,218	9.22%
Magdalena Contreras	10,759	9.80%
Álvaro Obregón	40,134	10.73%
Azcapotzalco	37,547	16.01%
Benito Juárez	83,487	34.05%
<b>Total</b>	<b>380,410</b>	<b>9.12%</b>

Fuente: Secretaria de Desarrollo económico.

De acuerdo a esta tabla, Benito Juárez es la delegación con la mayor cantidad de personas con ingresos altos. Benito Juárez cuenta aproximadamente con 360 mil 478 habitantes, cual equivale a 4% de la población total de la Ciudad de México. Su edad promedio es de 33 años.

También nos beneficiaría saber la cantidad de las personas que se van a estudiar o a trabajar al extranjero, pues son las personas que más necesidad tienen de aprender otro idioma.

Patlani, una organización encargada de realizar encuestas nacionales de movilidad estudiantil, nos muestra datos acerca de las personas que viajan al extranjero.

En una encuesta que se realizó en 2012 a 86 instituciones, 17 689 estudiantes se reportaron ante Patlani, gran parte de las personas que deseaban viajar se encontraban en nivel licenciatura. El 90 % de las personas reportadas son de nivel licenciatura y el 9% maestría.

En el 2012, en la Ciudad de México, el total de los alumnos con nivel superior-posgrado eran de 484 mil, ocupando el número uno en lugar nacional. (INEGI, 2016). Esto muestra el gran mercado que existe con potencial de realizar viajes al extranjero, y necesitan aprender un nuevo idioma.

En la mayoría de los casos, el financiamiento que obtienen para viajar es de fuente propio. En caso de escuelas públicas el 70% es financiado por cuenta propia, y un 71% en escuelas privadas. (Encuesta Nacional de Movilidad Estudiantil Internacional 2011-2012)

Todos estos datos ayudan a completar la información acerca de nuestro mercado.

- 1- Las personas que buscan ir al extranjero son conformadas en su mayoría por estudiantes de licenciatura y maestría. (18 años en adelante)
- 2- Considerando que el 70% de las personas pueden sustentar viajes en avión, podemos asumir que las personas que desean aprender un nuevo idioma para realizar estudios en el extranjero poseen un nivel económico medio-alto.
- 3- A pesar de que el mercado que definimos es de hasta 29 años, los estudiantes que realizan viajes al extranjero por cuestiones académicas son de 19-25 años aproximadamente, tomando en cuenta que la mayoría son de licenciatura.

## 2.4- Tecnológico

La tecnología avanza cada día y es imprescindible que estemos al pendiente de ello, conocer las ventajas y desventajas que representa para nosotros.

Desde las más complejas aplicaciones que permiten realizar traducciones inmediatas, una tecnología muy usada hoy en día es el internet, en donde se puede aprender gratuitamente diferentes idiomas. Esto podría afectar el crecimiento de la academia.

- **Ventajas**

Una de las ventajas más notables de la que podemos hablar es el internet y la cantidad de información que contiene. Presentan las siguientes características que pueden beneficiarnos.

- Permite la elaboración de materiales didácticos novedosos.
- Favorece el aprendizaje a distancia.
- Gran disponibilidad de información para capacitar al personal.

- **Desventajas**

Los instrumentos de la tecnología que representan una ventaja para los individuos pueden ser una desventaja para la academia. Podemos mencionar los siguientes puntos:

- Existencia de gran cantidad de recursos en internet de manera gratuita.
- Incremento de la competencia con la creación de la academia en línea.

## **Análisis del Macroentorno:**

La economía de México es muy inestable, tan solo en 2 semanas (1 de mayo de 2016 a 13 de mayo de 2016) se observó una variación de dólar de 17 pesos a 18.5. Mientras continúe la pelea económica entre Estados Unidos y la Unión Petrolera, México no podrá mantener paridad de los seguros que ha adquirido y se devaluaría el valor del peso, provocando inflación. Dada la situación, todo lo que no es relacionado con las necesidades primarias serían puestas en segundo lugar y pienso que una de esas podría ser el aprendizaje de idiomas.

La mayoría de los estudiantes financian sus gastos de viaje al extranjero y encontramos que Benito Juárez es la delegación con mayor número de habitantes que poseen el mejor poder adquisitivo.

A pesar de las ventajas que proporciona la tecnología, esta atrae las competencias que pueden entrar con costos bajos, así como la disposición al público de vasta información de manera gratuita, lo cual nos obliga a crear una ventaja competitiva muy distinguida para poder atraer al público.

Ahora que analizamos los puntos importantes de la macroeconomía, debemos estar al pendiente para estar preparados contra las amenazas y ser capaces de aprovechar las oportunidades. Ahora analizaremos el micro entorno de la empresa para conocer aquellos factores cuales podemos controlar a nuestro favor.

## **3. MICROENTORNO**

### **3.1- Proveedores**

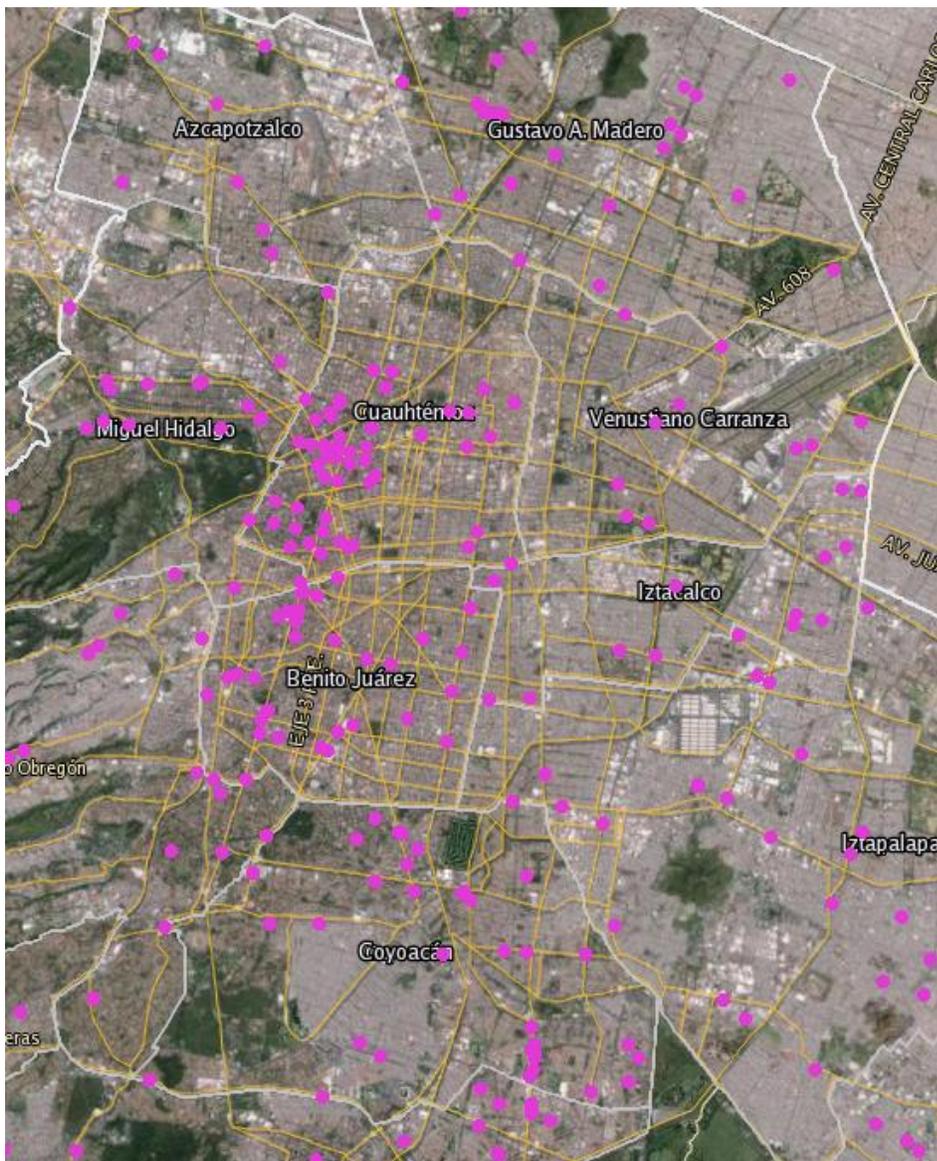
La academia de idiomas es una organización que ofrece servicios. No le afecta el poder del proveedor de materias primas puesto que no se requiere de un suministro de materiales, lo que es importante es la oferta que existe del personal capacitado en idiomas en la Ciudad de México. En nuestro caso, a pesar de que está contemplado abrirse como una empresa familiar, el profesor de chino será externo y existe la posibilidad de contratar más personal en el futuro cuando crezca la empresa. Puede que

haya pocas personas capaces de enseñar bien el idioma chino, pero como solo contrataremos una persona por los primeros años, no debería de suponer ningún problema para la apertura de la Academia.

### 3.2 Consumidores

En la Ciudad de México existen 314 unidades económicas registradas que están dedicadas a la enseñanza de idiomas. En el siguiente mapa podemos ver en puntos rosas la cantidad y la ubicación de ellas.

Imagen 3.1 Ubicación de las escuelas de idiomas en la Ciudad de México



Fuente: INEGI, DENUE

314 escuelas de idiomas para 2 millones de personas definitivamente es poco y consideramos que existe espacio para entrar al mercado.

En las zonas de la delegación Cuauhtémoc y Benito Juárez nos ofrecen los siguientes datos:

Cuauhtémoc: 532,553 personas con 49 academias

Benito Juárez: 417,416 personas con 38 academias

Y en Coyoacán, donde se ubica la Universidad Nacional Autónoma de México existen

: 608,479 personas con 39 academias

En los demás lugares, tenemos los siguientes datos.

**Tabla 3.1 Número de habitantes y academias por delegación**

DELEGACION	N# DE HABITANTES	N# DE ACADEMIAS
Azcapotzalco	400 161	18
Cuajimalpa de Morelos	199 224	8
Gustavo A. Madero	1 164 477	27
Iztacalco	390 348	13
Iztapalapa	1 827 868	28
La Magdalena Contreras	243 886	2
Milpa Alta	137 927	8
Álvaro Obregón	749 982	18
Tláhuac	361 593	13
Tlalpan	677 104	22
Xochimilco	415 933	7
Miguel Hidalgo	364 439	27
Venustiano Carranza	427 263	10

Fuente: INEGI, DENU

Se puede decir que el poder del consumidor es bajo porque que existen pocas academias para la población.

Con estos datos y junto con el análisis del macroentorno, se puede considerar dos posibilidades para la ubicación del negocio.

- a- Ubicación en la colonia Juárez zona poniente Zona Rosa. La concentración de academias en esta colonia es de los tres más altos en la Ciudad de México. Sin embargo también es un lugar donde están las instituciones gubernamentales, oficinas de migración, bancos y entre otros, es un lugar muy transitado por las personas que van y vienen del trabajo. Su punto negativo es el precio de la renta de los establecimientos.
- b- Ubicación en Coyoacán, Colonia Copilco Universidad. Tiene características similares a las ubicaciones mencionadas anteriormente, con la diferencia de que se enfocaríamos a los estudiantes universitarios que al público general. También es un punto muy atractivo por la cercanía que tiene con el mercado.

### **Barreras para nuevos negocios**

Los pasos para crear un negocio en México son:

- a- Solicitud ante la Secretaria de Relaciones Exteriores
- b- Creación de la acta constitutiva
- c- Inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria
- d- Registro ante el Registro Público de Propiedad y Comercio
- e- Inscripción ante el Instituto Mexicano del Seguro Social

Lo anterior tiene un costo que fluctúa entre 6mil y 30mil pesos.

Pero recientemente el 9 de febrero se aprobó en México una reforma a la Ley General de Sociedades Mercantiles, que permite la creación de empresas en un solo día sin costos mediante el internet.

Todo se hace de manera rápida y legal. Tiene desventajas en que tiene poco blindaje contra empresas fantasmas así como el uso inapropiado de las firmas electrónicas. También cabe mencionar que el tiempo real que se lleva la creación de la empresa es de 4 días contando el trámite de obtención de la denominación, la cual no ha sido modificado, pero considero que es un problema menor.

### 3.3 Competidores

#### A) HARMON HALL



De las academias privadas dedicadas a la enseñanza de inglés es la que lleva mayor tiempo establecido en México. Desde 1966 estableció su primera academia en México, ahora es reconocida por la SEP. Cuenta con 18 escuelas en la Ciudad de México, de 1 a 2 por delegación y 4 en Coyoacán; cuenta con dos cursos principales; el intensivo y el sabatino, el más solicitado por estudiantes es el curso intensivo, formado de 4 cursos que consta de 4 semanas por curso, total de 16 meses para llevar el alumno al máximo nivel de inglés. Su precio es de 2600 pesos mensuales con costo de inscripción de 200 pesos y costo de material de 387 pesos. El sabatino es el más optado por los trabajadores, consta de 4 cursos, 6 semanas por curso y 5 horas por día.

Esta academia cuenta con las siguientes fortalezas:

- Tiempo que lleva establecido y el respaldo de la SEP
- Variedad de cursos para diversas edades
- Disponibilidad de contacto con nativos de lengua inglés
- Sesiones constantes de ayuda
- Equipos actualizados para la enseñanza
- Red de academias por todo el país

Y tiene las siguientes desventajas:

- Costo elevado
- Únicamente dedicado a la enseñanza del inglés
- Pocas academias por entidad



B) BERLITZ

Es la academia que identificamos como nuestra mayor competencia directa. Cuenta con 12 escuelas en la Ciudad de México. Al igual que Harmon Hall, cuenta con una a dos academias por delegación. Su ventaja competitiva es la enseñanza de más de 50 idiomas con un método innovador que consiste en crear un simulacro de constantes pláticas con personas extranjeras, ya sea en línea o contacto directo. Cuesta 2,999 pesos al mes más los materiales con un costo de \$500 pesos, y consiste de 10 sesiones donde cada sesión es de 1 mes, clases de lunes a viernes.

Sus ventajas son los siguientes:

- Cuenta con historial de 130 años de experiencia
- Programas más variados que Harmon Hall
- Gran variedad de programas, para niños hasta profesional.
- Disponibilidad de variedad de idiomas

Y sus desventajas son los siguientes:

- Precios muy elevados
- Pocas academias por entidad
- Su método no es aplicable para todos.

C) EISL/Interlingua 

EISL México/Interlingua es una empresa mexicana establecida desde 1969, cuenta con 16 escuelas en la Ciudad de México.

Al igual que Harmon Hall, se enfoca en la enseñanza del idioma inglés pero también se imparten clases básicas de español para los extranjeros, cuenta con diversos programas igual que otras grandes academias para adaptarse a diferentes necesidades.

Sus programas de estudios son intensivos, semi intensivos, sabatinos, así como cursos para jóvenes y niños.

La duración del curso intensivo es de 8 meses, de lunes a viernes, 3 horas por día. Precio de 3600 pesos por mes.

Ventajas:

- Cursos completos en corto tiempo
- Aprobación de SEP y exámenes gratuitos de TOEFL y TOEIC
- Variedad de programas

Desventajas

- Es el curso más caro
- A pesar de que imparten otros idiomas, su nivel no es elevado.
- No posee ventaja competitiva que se destaque

Después de revisar las 3 academias más grandes de la Ciudad de México, llegué a la conclusión de que nuestra mayor debilidad al igual que cualquier otro negocio nuevo, es que no tenemos ningún reconocimiento. La enseñanza de los 3 idiomas (inglés, coreano y chino) nos ofrece cierta ventaja pero creo destacar mucho solo por eso. Es de absoluta importancia que establezcamos claramente una ventaja competitiva para que a pesar de las debilidades que tenemos como una empresa nueva, las personas se sientan atraídos a elegirnos en vez de escoger las academias reconocidas. Pero de nada serviría tener una ventaja competitiva si no logramos primero atraer a los clientes. Es necesario realizar una estrategia de marketing para atraer al público.

## 4. PLAN DE MARKETING

La mercadotecnia es importante para que una empresa tenga presencia en el mercado y aún más crucial para empresas como la nuestra que no tiene productos a la vista del público.

Para realizar un plan de marketing debemos tener en claro siguientes puntos.

- 1- Información del producto/servicio
- 2- Información del cliente/mercado
- 3- Información de la competencia

Y en la investigación del mercado encontramos la información requerida, la cual se resumirá a continuación.

### 4.1 Producto



(Logo de la Academia). El imagen de la palomita muestra que nosotros somos la mejor opción para lo que el cliente busca, el color verde enfatiza el significado de la imagen. El nombre esta escrito en rojo para contrastar y ayudar a que el cliente recuerde el nombre de la Academia.

Pertenciente al sector educativo, el servicio que se ofrece sirve como un complemento a las habilidades intelectuales del individuo para competir en el mercado. Para satisfacer la necesidad del mundo por establecer

relaciones internacionales, se les enseña a usar la lengua de otros países. Estableceremos un local en la Zona Rosa, dedicandonos a la enseñanza de 3 idiomas que se detallaran mas adelante, a hablar, leer y entender el idioma en menor tiempo que en otras academias mediante la eliminación de las clases repetitivas gramaticales, que se compensaran mediante diferente metodo educativo.

## **4.2 Clientes**

El mercado al que se dirige la empresa es hacia jóvenes, con capacidad economica suficiente para invertir en su educacion y sea por hobby o por interés profesional, deseen aprender idiomas de manera mas rapida y economica, sin perder la calidad de la educación.

- Personas de 15 a 29 años
- Nivel socio económico C y C+

## **4.3 Competencia**

Existen diversas academias de idiomas reconocidas en México, en su mayoría del idioma inglés. A pesar de que tienen sucursales en gran parte de la Ciudad de México, existen pocas instalaciones en cada delegacion, dando lugar para entrada de la competencia.

Entre las competencias con mayor reconocimiento se encuentran:

- Harmon Hall
- Quick Learning
- Berlitz
- Interlingua
- Precios de \$2,600 - \$3,000 pesos mensuales.

El objetivo de la primera estrategia de marketing deberá ser el posicionamiento en la mente de consumidor. Para poder lograr este objetivo es necesario que se destaque nuestra ventaja competitiva.

A continuación, se desarrollará una estrategia básica, las 4 P.

## 5. Las 4 Ps

### **Producto:**

El bien que vendemos es intangible, es la enseñanza de idiomas. Aprender un idioma ofrece varios beneficios como la mejora de la memoria, ayuda en la toma de decisiones y facilidad de encontrar trabajos. Nosotros enseñaremos tres idiomas en total; Coreano, Inglés y Chino. Mediante el aprendizaje del Chino y el Inglés las personas obtienen la capacidad de comunicar con países con potencial comercial, lo cual permitiría abarcar más mercado de lo que haría una persona sin conocimiento de estos idiomas. El coreano es más limitado en su uso, pero son pocas las personas que dominen el coreano junto con el español, lo cual volvería un capital humano valioso y útil, ya que las empresas coreanas como Kia, Samsung y LG están estableciéndose en México.

### **Ventaja competitiva**

- Precios económicos

Relativo al tiempo total de la enseñanza, que es más corto que los cursos que se imparten en otras academias, el gasto total es 4 veces menor que los gastos en otras academias.

- Resultado eficiente

Como el alumno aprenderá la estructura de las oraciones y gramática mientras realiza ejercicios de lectura y conversaciones, se ahorra el tiempo y logrará hablar en menos tiempo que haría normalmente en otras academias.

- Profesores nativos

Tener profesores nativos podría ser más atractivo para las personas que desean aprender un idioma. Por lo tanto, en el idioma Chino y Coreano tendremos a maestros nativos.

### **Precio:**

Existen diversos métodos para establecer el precio, como precios por costo del producto, valor y/o competencia.

La más apta para nuestro mercado y academia es de competencia, porque ya existen competencias que ofrecen los mismos productos que nosotros y ya existe un equilibrio de los precios en el mercado. Por lo tanto se investiga los precios que se ofrecen en el mercado de los productos de la misma naturaleza que la nuestra y se establece un precio de acuerdo al promedio.

La investigación de precios de la competencia dio los siguientes resultados.

Harmon Hall: \$2600

Berlitz: \$3,000

Interlingua: \$3600

El pago es mensual, 5 clases a la semana.

Promedio de 3066 pesos al mes, 153 pesos por clase.

La academia The Point tendrá precio de \$2,000 pesos al mes, con 3 clases a la semana.

Esto es \$166 pesos por clase, 8% más caro que el precio promedio de \$153, pero cuando comparamos el tiempo total de aprendizaje, donde las competencias se tardan 1 año y medio ( $\$3,066 \times 18 = \$55,188$ ) y el nuestro que es de 6 meses ( $\$2,000 \times 6 = \$12,000$ ) es 4.5 veces más barato que cualquier otro. Esto será un punto que destacaremos en las entrevistas y citas.

### **Plaza:**

Mientras más cercana esté la Academia a los transportes públicos, la gente lo preferiría por la comodidad que este supone para su movilidad. Las calles Hamburgo y Londres (entre #190 - #67) y están cerca tanto como del Metro y Metrobus Insurgentes, se encuentran aproximadamente a 4 cuadras.

Encontramos en sitios de internet de inmuebles (vivanuncios,segundamano,trovit, etc), que entre estas calles se encuentran algunos locales con 100m<sup>2</sup> en renta, entre \$22,000 a 25,000 pesos. Es el tamaño ideal para la Academia.

### **Publicidad:**

Existen diversas estrategias para la publicidad que se encarga de presentar la academia al público, así que se deberá escoger aquella que sea más eficiente en tiempo y costo, así como su capacidad para hacer que la academia pueda obtener un posicionamiento.

La publicidad a realizar serán:

- 1- Creación de la página de internet y vía redes sociales
- 2- Repartición de volantes y folletos
- 3- Planear publicidad de boca a boca

Por tener el presupuesto limitado no es posible recurrir a grandes medios para realizar publicidad. Existen diversos servidores que ofrecen servicios gratuitos como Wix, la página llevara breve información acerca de la misión y la visión de la academia, se ofrecerá una clase de prueba gratuita y los datos de contacto.

La publicidad por Facebook tiene costo por clic. Aproximadamente 10 pesos por click y se puede decidir cuantos clicks se comprarán por día; es un método más económico que vía radio e internet, pero por el momento lo pondremos en parte de posibles planes para realizarlo a corto plazo.

La repartición de volantes y folletos es una de las formas de publicidad más eficaz y económico para que nuevas empresas puedan usarlo para llegar a las personas; el costo de las impresiones es mas barato que publicarlo en vias masivas de comunicación como en radio y la television (1,000 volantes por \$150 pesos), tambien permite el contacto directo con el repartidor permitiendo contestar sus dudas al momento. Aunque es limitado la distribución si lo comparamos con medios masivos, la elección de un lugar que este cerca de la academia y con alto concentración de las personas en la area ayudara a que la publicidad llegue al mercado meta.

1,000 volantes tienen precio de 150 a 500 pesos dependiendo del tamaño. Se imprimirán 4,000 volantes cada mes.

Los lugares para realizar el volanteo pueden ser:

- Avenidas principales. (ej:Genova, Reforma, Insurgentes)
- Escuelas privadas y públicas. (ej:UNAM,UVM,ULA)
- Restaurantes cercanos a grandes empresas. (ej:Vips,Sanborns, o cualquier otro local que sea popular.)

El volanteo se realizará sin importar los resultados los primeros 3 meses y dependiendo de los resultados obtenidos, se decidirá si se seguirá utilizando este medio u otro.

## **Publicidad de boca a boca:**

En lo personal escuchar recomendaciones es mucho más eficaz que escuchar varias veces el mismo comercial de un producto. Para realizar esta publicidad se necesita un nivel de satisfacción alto de la clientela, el cual no tenemos al inicio. Pero el plan de ofrecer una clase de prueba gratuita crea la posibilidad de sembrar mensajes entre el público.

Por lo tanto, la clase de prueba que tendrá una duración de 30 minutos, tendrá que ser:

- Entretenida
- Fácil y rápida
- Que el alumno aprenda un tema cuando termine la clase

Para que las personas se vayan convencidas que efectivamente se aprende más rápido en la academia “The Point” y tengan el deseo de regresar.

Con las informaciones de las 4Ps, realizaremos el siguiente marketing.

Nuestra ventaja ante la competencia es el tiempo y precio, lo que la gente necesita estos días. Obtendremos permiso en la Delegación para poner nuestro stand, contrataremos 2 personas, los capacitaremos con la información básica de los cursos que ofrecemos y los ubicaremos en la Glorieta Insurgentes o en calle Génova. En el Stand se darán los volantes, los cuales se imprimirán mínimo 4,000 hojas al mes, las cantidades se adaptarán de acuerdo al número de volantes repartidos. Se trabajará de Lunes a Viernes y contrataremos otras dos personas para Sábados y Domingos.

Utilizaremos la publicidad vía Facebook y páginas gratuitas. En Facebook invertiremos \$2,000 pesos al primer mes y colocaremos códigos para que tomen clase gratis, así sabremos que tan eficiente está siendo esta publicidad y dependiendo de los resultados decidiremos si seguir o no en este medio.

## III: ESTUDIO TÉCNICO

---

## 1. Forma jurídica de la empresa

En este capítulo analizaremos con más profundidad los aspectos legales de la empresa.

El primer paso que debería tomar antes de realizar los trámites legales es elegir la forma jurídica de la empresa y debemos de tener en cuenta los siguientes factores:

- **Rubro de la empresa/Actividad de la empresa:** Dependiendo del rubro, hay empresas que están limitadas en las opciones que pueden escoger en cuanto a la forma jurídica.
- **Número de socios:** ciertas formas jurídicas tienen un número mínimo y máximo de socios que tienen que participar para constituirlos.
- **Responsabilidades:** Un profesor dijo que no debemos prepararnos para lo mejor, si no para lo peor. Establecer quien tomará la responsabilidad en caso de que el negocio quede en deuda; evitará que llegu a suceder lo peor, desorden y evasión de responsabilidades.
- **Inversiones:** Saber con cuánto dinero mínimo se debe de contar para realizar las actividades planeadas y alcanzar el objetivo planteado.

El rubro de la academia de idiomas pertenece al sector de servicios educativo. – como escuelas de idiomas del sector privado y tendrá un tamaño de 1 a 5 personas.

En cuanto a las responsabilidades, siendo una empresa pequeña que se planea abrir y operar con el capital propio y a pesar de que esto exigirá gran inversión de mi parte, esto hace que el negocio sea más sólido.

Con esta información en cuenta, se toma la forma jurídica correspondiente.

Es un poco confuso elegir si una academia pertenece a una sociedad mercantil o civil, pues existe un intercambio de un servicio para obtener ingresos, pero no se encuentra en la lista de actividades

comerciales que define el artículo 75 de Código de Comercio. Procederemos a definir cada sociedad para poder elegir a la sociedad perteneciente.

**Concepto jurídico de una sociedad mercantil:** La Ley General de las Sociedades Mercantiles no define la sociedad mercantil como tal, pero con base a las características que se mencionan a cerca de las sociedades mercantiles en la Ley General de las Sociedades Mercantiles (LGSM), podemos definirlo como una persona jurídica creada por un mínimo de dos personas denominadas socios, con una razón social y dedicada a una actividad comercial que son obligados a realizar un esfuerzo mutuo con un fin lucrativo.

**Concepto jurídico de una sociedad civil:** De acuerdo a la página [www.encyclopedia-juridica](http://www.encyclopedia-juridica), es una sociedad creada para desarrollar una actividad económica sin que esta constituya actos de comercio. Estas, a diferencia de la sociedad mercantil, son reguladas por el código civil. Según la página “Instituto PYME” los que eligen esta figura jurídica suelen ser: abogados, profesores, contadores, arquitectos, diseñadores, etc.

Podemos ver que todos ellos son prestadores de un servicio conformado primordialmente por capital intelectual.

Después de revisar los conceptos previos, realice una búsqueda para decidir la sociedad al que pertenecerá la academia de idiomas. Uno es con los actos jurídicos que menciona el código de comercio según su artículo 75, en este artículo se mencionan la lista de actividades que son considerados como actos de comercio y no hay mención de ninguna actividad que se dedique a la enseñanza.

El segundo punto fue preguntando directamente a un contador que tiene experiencia apoyando a la creación de empresas extranjeras, quien comentó que una academia al igual que el servicio de la contabilidad, se dedicaba a la prestación de un servicio basado en la enseñanza de capital intelectual y podría asignarse como una sociedad civil.

Por lo tanto, decidí elegir la forma jurídica de la academia como una sociedad civil.

La sociedad civil está basada en el artículo 1665 del código civil, donde se menciona que; es un contrato en la cual dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industrias, con ánimo de repartir entre sí las ganancias.

Sus características son las siguientes:

- Mínimo de dos socios, sin máximos.
- Puede constituir el capital por aportaciones de los socios, ya sea en efectivo o en bienes.
- Los administradores responden de manera subsidiaria, solidaria e ilimitada.

Todas las regulaciones relacionadas a la sociedad civil se encuentran en la LEY FEDERAL DE FOMENTO A LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL.

## **2. Trámite legal**

Para poder llevar a cabo la creación de un negocio por ser de carácter de persona moral, (**Persona moral** es una agrupación de personas que se unen con un fin determinado. SHCP), se debe contar con los siguientes documentos e información.

- Nombre de la empresa
- Datos completos de las personas
- Domicilio de la empresa
- Datos generales de los socios
- Método de identificación de los accionistas.
- Documentos de acreditación del representante legal del accionista
- Firma electrónica(opcional)

Y se deben de llevar a cabo los siguientes pasos:

### **1- Solicitud ante la Secretaria de Relaciones Exteriores.**

Se debe de llevar la solicitud de permiso de constitución de la sociedad, cuyo costo aproximado es de 563 pesos.

- 2- **Creación del acta constitutiva ante el Notario o Corredor Público.** Con un costo aproximado de 5 a 8 mil pesos.

### **3- Inscripción ante el SAT.**

Consta del registro del acta constitutiva ante el SAT, no tiene costo alguno, se deben de llevar los siguientes documentos.

- Formulario de registro R1 por duplicado
- Acta Constitutiva Original
- Original y copia de Domicilio Fiscal
- Original y copia de Identificación del representante legal
- CURP

### **4- Aviso notarial ante la Secretaria de Relaciones Exteriores.**

Mediante Notario Público, se le informa a la SRE que el permiso ha sido utilizado, se tiene que ingresar:

- Tres copias y original del formato SA5 firmado por el Notario
- Tres copias del permiso

### **5- Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio.**

Presentar el documento ante la Institución.

### **6- Inscripción ante Registro Federal de Contribuyentes.**

Es el paso final de la constitución de la empresa. Se inscribe la empresa ante la Tesorería del Distrito Federal. Se tienen que llevar los siguientes documentos:

- Copia y original del formulario del registro
- Copia de aviso de inscripción con obligación de retenedor
- Comprobante de domicilio
- Copia del acta constitutiva

## **7- Certificación única de zonificación de uso de suelo.**

Este trámite permite la obtención de un documento para que pueda disponer de uso del suelo, así como para determinar si el uso del suelo para el objetivo deseado es permitido o no. Se realiza en la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda del Gobierno de la Ciudad de México.

## **8- Declaración de apertura.**

Una vez que tengamos la certificación de zonificación, nos presentamos en la delegación correspondiente en donde vamos a laborar, en este caso para poder trabajar en la delegación Cuauhtémoc, es necesario acudir a la VUD, (Ventanilla Única Delegacional) de lunes a viernes de 9 a 2pm, y solicitar la cedula de empadronamiento.

## **9- Dictamen Técnico para colocación de anuncios**

Si se desea colocar algún tipo de anuncio, se tiene que acudir a la Dirección General de Administración Urbana de la Secretaria de Desarrollo Urbano, posteriormente en la delegación correspondiente para solicitar el permiso del anuncio.

## **10- Inscripción en el padrón de Impuestos Sobre Nominas**

La empresa se integra al padrón de contribuyentes de la localidad.

Lo anterior era todo el trabajo que se tenía que hacer para crear una empresa, pero desde el 2009, el gobierno mexicano creó una página web llamado [tuempresa.gob.mx](http://tuempresa.gob.mx) y es necesario descargar los complementos que pide la página.

Este nuevo portal dice ser mucho más eficiente, pues se ahorra el tiempo en cuanto al registro de la empresa, dinero y esfuerzo.

Una vez que contamos con los complementos básicos, necesitamos:

- 1- Registrarse como usuario.
  - 2- Tener todos los datos completos referentes a la empresa. Esto se refiere a datos como:
    - Domicilio del usuario
    - Domicilio de la empresa/fiscal o establecimiento
    - Datos generales de los accionistas o socios
    - Nombre de la empresa, tipo, actividad económica, domicilio, integración del capital, administración, vigilancia, pago de derechos, elegir Fedatario/Notario encargado de la autorización de la empresa y ratificar estatutos.
  - 3- Realizar pago de derechos ya sea por internet o mediante el banco que será proporcionado. Este pago incluye el pago por el permiso de constitución que otorga la Secretaria de Relaciones Exteriores y el aviso del uso mismo. En cuanto a los derechos locales para registrar la empresa es determinada de acuerdo al Estado y la Delegación en la cual se establecerá el negocio.
- En nuestro caso, por ser extranjero se hace un pago de \$1,938 en el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras y se realizan los siguientes pasos.
    - 1- Elegir el Notario que representará el negocio.
    - 2- Constituir la empresa ante el Fedatario en compañía de los socios involucrados. Se tiene que formular un Permiso Federal a través del portal. Se generará una nota de pago con vigencia de 5 días y en el momento de la constitución se obtendrá la constancia de inscripción en el Registro Público del Comercio y en el Registró Federal de Contribuyentes, el aviso de uso ante la SRE y el Certificado de la Firma Electrónica de la empresa.

## **PROTECCIÓN CIVIL/ INSTITUCIONES Y ACADEMIAS.**

### **Marco Normativo de Seguridad y Salud en el Trabajo**

El artículo 123, Apartado “A”, fracción XV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone que el patrón estará obligado a observar de acuerdo con la naturaleza de su negociación los preceptos legales sobre higiene y seguridad en las instalaciones de su establecimiento y a adoptar las medidas adecuadas para prevenir accidentes en el uso de las máquinas, instrumentos y materiales de trabajo, así como a organizar de tal manera éste, que resulte la mayor garantía para la salud y la vida de los trabajadores.

La Ley Federal del Trabajo, en su artículo 132, fracción XVI, consigna la obligación del patrón de instalar y operar las fábricas, talleres, oficinas, locales y demás lugares en que deban ejecutarse las labores, de acuerdo con las disposiciones establecidas en el Reglamento y las Normas Oficiales mexicanas en materia de seguridad, salud y medio ambiente de trabajo, a efecto de prevenir accidentes y enfermedades laborales, así como de adoptar las medidas preventivas y correctivas que determine la autoridad laboral.

Asimismo, el referido ordenamiento determina, en su fracción XVII, la obligación que tienen los patrones de cumplir el Reglamento y las Normas Oficiales mexicanas en materia de seguridad, salud y medio ambiente de trabajo, así como de disponer en todo tiempo de los medicamentos y materiales de curación indispensables para prestar oportuna y eficazmente los primeros auxilios.

## IV: ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN

---

En este capítulo describiremos la forma en que está organizada la empresa para operar. Puesto que temas como la misión, visión y la ubicación de la empresa ya han sido abarcados, empezaremos definiendo los puestos de trabajo en la organización.

## **1. Análisis de los puestos de trabajo**

Un puesto de trabajo se refiere al lugar y/o el espacio físico en donde se realiza la actividad laboral. En términos administrativos es la unidad impersonal de trabajo que contiene actividades y deberes. Puede contener más de una plaza, implicando determinadas habilidades, aptitudes y experiencias, entre otras.

Al ser una empresa de tamaño familiar, solamente habrá tres personas impartiendo clases al iniciar la academia. Un familiar, un maestro de idiomas chino y yo. Por lo tanto no habrá un nivel jerárquico vertical donde las decisiones y las responsabilidades recaen en un solo individuo, pero más bien una organización horizontal donde el equipo es supervisado por un individuo y que tiene participación y autonomía.

A continuación se describirá cada puesto de trabajo, detallando los requerimientos del personal para poder ocupar el vacante.

### **A- Coordinador**

El coordinador realizará las actividades académicas y administrativas junto con el asistente.

- Administración directiva: Crear el manual de la organización estableciendo las normas y políticas de la empresa. Realizar toma de decisiones, elaboración e implementación de la planeación estratégica.
- Administración académica: Crear los planes de estudio, normas dentro de la academia, horarios, el precio de los cursos así como el cálculo de los pagos a los profesores.
- Gestión comercial: Tanto el socio y el coordinador trabajarán en elaborar la promoción de la empresa, desde la elaboración de folletos y la publicidad vía redes públicas, carteles, etc.

La persona que se asignará en este puesto es recomendable que cumpla con los siguientes requisitos.

- Licenciatura en la carrera de administración de empresas.
- Conocimiento acerca de los idiomas que se imparten.
- Experiencia en la enseñanza de idiomas.
- Título de Profesor de idiomas.

#### **B- Asistente**

Este puesto será desempeñado por un socio que también trabajará como maestro, realizando actividades ejecutivas y apoyando en las actividades administrativas en caso de ser necesario.

Sus funciones son:

- Administración: Realizar el control de los reportes de los alumnos y checar que las clases se impartan de acuerdo al plan de trabajo, así como la evaluación del profesor de idioma chino.
- Gestión comercial: Atención directa a las personas interesadas que visitan la academia y apoyar en la publicidad de la academia.
- Financiero: Realizar el balance y estado de resultados para reportarlo con el coordinador.

Los requisitos para desempeñar este puesto son:

- Conocimiento en administración y/o contabilidad.
- Manejo del office, word y excel.
- Facilidad de palabra y gusto por la atención al cliente.

### **C- Profesor**

Dependiendo la eficiencia con la que se enseña, la academia puede obtener recomendaciones y publicidad de boca en boca, por consiguiente es esencial que la persona que se desempeñe como profesor tenga un amplio conocimiento del idioma que se enseña, facilidad de palabra y enseñanza. Tanto como el director y el subdirector de la academia estará laborando en este puesto como profesor de inglés y coreano. El profesor que se contratará será del idioma chino, en total serán 3 profesores laborando en la Academia.

En este puesto se realizarán las siguientes actividades.

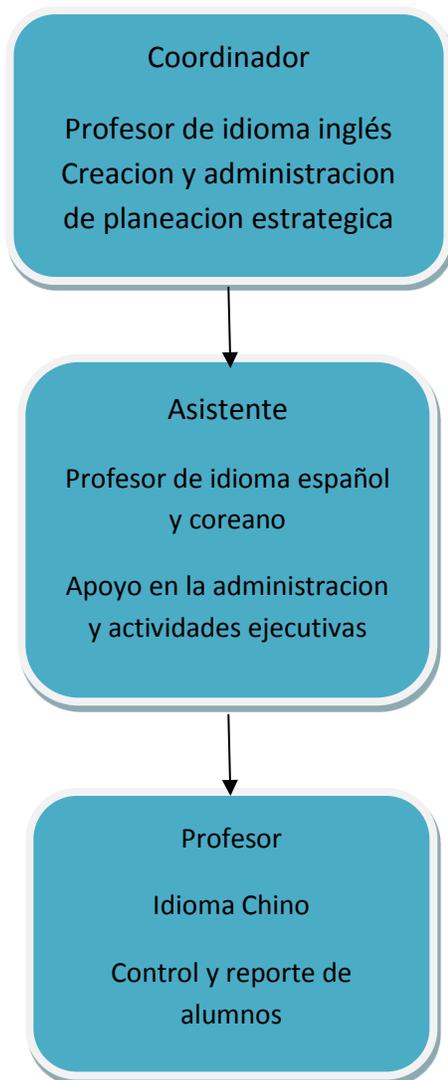
- Enseñanza de idioma.
- Dirección y control de plan de estudio correspondiente.
- Evaluación y retroalimentación docente.

Los requisitos para desempeñar en este puesto son:

- Título de maestro para la enseñanza del idioma correspondiente.
- Experiencia como maestro
- Gusto por enseñar.
- Paciencia y tolerancia hacia los alumnos.
- Nacionalidad del país de idioma que se imparte. (No obligatorio)

Puesto que solo son tres personas con las que se iniciara el negocio, el organigrama quedaría de la siguiente forma.

Organigrama 4.1 Estructura organizacional en la academia The Point



Fuente de elaboración: Propia

## **Remuneración.**

Según la página [misalario.org](http://misalario.org) donde se recopilan los salarios de los trabajadores, el salario mínimo de un profesor de segunda lengua es de \$9,877 hasta un máximo de \$17,916 pesos mensuales.

En [www.indeed.com.mx](http://www.indeed.com.mx), donde se muestran datos de las fuentes obtenidas desde las empresas, usuarios y empleos de la misma página, muestran un salario promedio de \$6,198 pesos al mes a un profesor de inglés.

De acuerdo con el tabulador de sueldos realizado por la Dirección General de Administración de la SEP, un profesor de enseñanza de inglés, cobra desde 374 pesos hasta 1,474 pesos por hora de servicio dependiendo del nivel que tiene.

Aunque no se encuentra en el tabulador de salarios el puesto de profesor de idioma chino, tomando en cuenta el puesto como profesor de segundo idioma, y que el profesor de idioma chino es más escaso que un profesor de inglés, se estima pagar al maestro de idioma chino (por hora de servicio) entre 400 a 500 pesos dependiendo del nivel que tiene.

## **2. Distribución en las instalaciones.**

La renta de un local comercial en la Zona Rosa con alrededor de 100mts varia los precios desde 20,000 pesos hasta 40,000 pesos dependiendo de su ubicación.

A pesar de que estamos conscientes de que la ubicación es uno de los factores más importantes para que un negocio sea exitoso, intentaremos buscar un local con el menor costo posible.

Las características que se busca de la instalación son:

- Área suficiente para llevar a cabo las clases.
- Buena iluminación/Instalación eléctrica.
- Seguridad.
- Situado cerca de los transportes públicos Insurgentes-Sevilla.

La instalación se dividirá de la siguiente forma para adaptarlo académicamente.

- 1 aula para recepción
- 1 aula para clases de inglés
- 1 aula para clases de chino
- 1 aula para clases de coreano

Imagen 4.1 Distribución física de la academia The point



Fuente: elaboración propia.

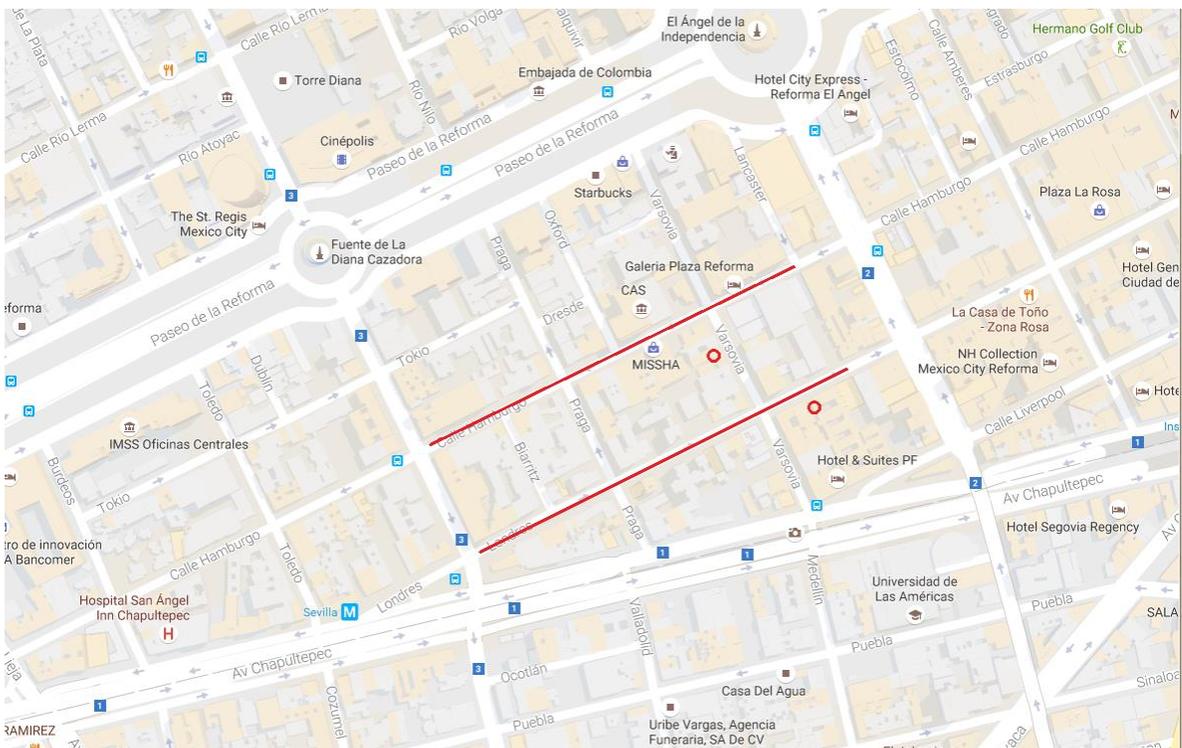
### 3. Ubicación

La ubicación se decidirá de acuerdo a los requisitos establecidos anteriormente.

Locales en renta máximo de 25,000 pesos, ubicados cerca de transportes públicos y en zonas de seguridad.

Se escogieron las calles de Hamburgo y Londres porque están ubicados cerca del metro Sevilla e Insurgentes y la renta de los locales entran en el presupuesto.

#### Imagen 4.2 Posible ubicación de la academia The point



Fuente: Googlemaps

Estas ubicaciones tienen seguridad/vigilancia y cumplen con la mayoría de los requisitos mencionados anteriormente. Los puntos negativos son:

- Está a 4-5 cuadras de la estación del Metro Insurgentes donde se ubica la calle Génova, por donde transitan mucha gente que trabaja o estudia en la misma zona, podría considerarse un poco lejos por las personas.
- Hay poca iluminación en las calles, y en las noches no da la impresión de seguridad.

## **4. Operaciones y procedimientos**

En esta parte se describirán las operaciones y procedimientos a seguir para impartir las clases hasta que el alumno se gradué, la forma en que se impartirá, distribución de los horarios y todo lo relacionado en cuanto a las actividades dentro de la Academia.

A diferencia de las empresas manufactureras y de producción, una academia no tiene un proceso productivo concreto, pero voy a definir el proceso desde la inscripción del alumno en la Academia hasta la finalización de cada curso como un “producto terminado”.

En una academia se pueden dividir las actividades en dos ramos, el administrativo y el académico. El administrativo abarca las actividades en la que no participa el cliente, consiste en la administración de la escuela, la elaboración de programas, así como el horario y la distribución de alumnos por clases, todas las actividades que se llevan a cabo antes o después de la interacción con el cliente entran en esta categoría.

Las actividades administrativas de la academia serán las siguientes:

- 1- Programación de los cursos académicos
- 2- Elaboración de los horarios de clases
- 3- Asignación de los profesores a los salones

Se detallará a continuación cada actividad.

### **1- Programación de cursos académicos**

Como se ha mencionado, la ventaja competitiva de la academia es hacer que los alumnos puedan aprender en un tiempo más corto que en otras academias a manejar un idioma.

Con base en la experiencia personal, el inglés y el coreano se pueden aprender en siguientes pasos.

- a) Aprendizaje básico del idioma: El alumno aprenderá los alfabetos, la forma de pronunciar y de escribir. Aprenderá los vocabularios y reglas básicas de cómo se compone una frase. Duración: 2 meses.
- b) Aprendizaje Intermedio del idioma: El alumno comenzará a leer textos impresos preparados por el profesor y comparará los textos y realizará prácticas sencillas. Duración: 2 meses.

- c) Aprendizaje avanzado del idioma: La clase se imparte en el idioma que el alumno está aprendiendo, práctica de conversaciones largas, corrección y control del alumno.  
Duración: 2 meses.

## 2- Elaboración de Horarios

Días y Horarios	Lunes	martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
7:30 am - 9:00am	Inglés, chino y Coreano Básico	Inglés, chino y Coreano Intermedio	Inglés, Chino y Coreano Básico	Inglés, chino y Coreano Intermedio	Inglés, chino y Coreano Básico	Inglés, coreano y chino intermedio
2:00 pm - 3:30pm	Inglés, chino y Coreano Intermedio	Inglés, chino y Coreano Básico	Inglés, chino y Coreano Intermedio	Inglés, chino y Coreano Básico	Inglés, chino y Coreano Intermedio	Inglés, coreano y chino básico
6:00pm-7:30pm	Inglés, coreano y chino avanzado	Inglés, coreano y chino intermedio	Inglés, coreano y chino avanzado	Inglés, chino y Coreano Intermedio	Inglés, coreano y chino avanzado	Inglés, chino y Coreano Intermedio

Para la elaboración del horario se tomaron en cuenta los horarios que se usan en otras academias, así como el horario de estudiantes de preparatoria, trabajadores y estudiantes universitarios de tiempo matutino y vespertino, cabe mencionar que el horario se irá adaptando de acuerdo a las opiniones y consideraciones de los clientes.

La razón de los horarios es el siguiente: el primer horario es para las personas que trabajan o estudian en la tarde. El segundo es para los estudiantes y trabajadores vespertinos, así como para los estudiantes que no se encuentren trabajando actualmente.

El tercer horario es para las personas que trabajan de tiempo completo y solo tienen tiempo después de su jornada laboral.

Las razones de la colocación de idiomas son las siguientes: después de haber visitado a varias instituciones que imparten clases, una de las principales características que debe tener una academia es tener horario flexible para el alumno. Por lo tanto, se programó casi todos los días clases de 3 idiomas cuales se fijaron según la necesidad de los estudiantes y se empezara con el mínimo de 5 alumnos por sesión.

### **3- Asignación del profesor**

Como se había mencionado anteriormente, esta academia empezara como un equipo familiar, suponiendo que por el momento solo que será mi hermana, quien está capacitada en la enseñanza del idioma coreano e inglés, así mismo una persona externa y yo seremos los profesores de esta academia al iniciar.

El Chino es el idioma que no estamos capacitados para enseñar, por lo tanto la persona que contrataremos será un profesor de idioma chino quien se encargará de todas las clases de ese idioma.

En cuanto a la repartición de las clases, un servidor dará las clases de inglés en la mañana y las clases de coreano básico. Mi hermana dará las clases en las tardes de inglés y coreano intermedio, avanzado.

Al iniciar solo un profesor impartirá todas las clases de chino. Pero después contrataremos a otro profesor para que se pueda dividir los horarios, conforme la matricula estudiantil vaya creciendo.

### **Actividades académicas**

Las actividades académicas, a diferencia de las administrativas, como su nombre lo menciona son actividades que interactúan con los clientes/consumidores junto con el prestador de servicios. En este caso son actividades donde se involucra al profesor/academia con el alumno, estas incluyen:

#### **a) Introducción/Información e inscripción**

Este es el proceso en donde el cliente/alumno acude a la instalación y/o por vía telefónica para obtener información de la academia. Se proporcionaran los siguientes detalles.

- Ubicación
- Horario
- Ventajas competitivas
- Precio
- Otras informaciones que son requeridas por el cliente

El alumno debe de pagar al menos un curso completo (2 meses) para inscribirse. En caso de que el alumno considere que tiene suficiente nivel para empezar desde un nivel más avanzado, se le aplicara un examen y se le aconsejara el curso que este a su nivel.

## **b) Control del avance del alumno**

Es importante que el alumno este al corriente de las clases y para eso se debe de llevar a cabo un control apropiado. Nuestras clases de inglés y coreano tienen por objetivo que el alumno pueda hablar en un nivel intermedio al final de 6 meses, siendo capaz de entender y hablar lo básico. Al final de cada mes se realizará un examen para ver el avance y comprensión del alumno, con calificación aprobatoria de 7. En caso de que no haya logrado obtener el avance requerido se le recomendará recurrir al nivel, ofreciendo 30% de descuento. El control se llevará de la siguiente manera.

- 1- Mini examen al final de cada clase
- 2- Examen al final de cada curso
- 3- Control de nivel de los alumnos mediante los exámenes

## V: ESTUDIO FINANCIERO

---

Las investigaciones anteriores muestran a detalle las necesidades del mercado y como se pueden satisfacer. En la parte de análisis financiero se proyectará la viabilidad financiera del proyecto, así como la proyección de los estados financieros y las utilidades que se obtendrán.

Al final de este análisis se redactará la conclusión del proyecto que resumirá todos los temas descritos previamente para saber los requerimientos y viabilidad del proyecto Academia de idiomas.

Para llevar a cabo el plan financiero se realizarán las siguientes investigaciones:

- Cálculo de inversión (¿Cuánto costara iniciar la empresa?)
- Cálculo de financiación (¿Cómo obtendremos el capital necesario?)
- Cuenta de gastos e ingresos (Pronóstico de gastos e ingresos)

## CÁLCULO DE INVERSIÓN

A continuación se analizaran los gastos que se tienen que realizar para poder poner en marcha el negocio.

### A- Muebles

Mesas para conferencias (para 10 personas) x 3

Precio: \$ 6,000



Mesa de secretaria x1

Precio: \$1,000



Sillas x 30 (9 en cada salón y 3 en la recepción)

Precio: \$130



Librero pequeño x3

Precio: \$800



Impresora Epson x1

Precio: \$2,500



Computadora de escritorio

Precio: \$5,000



Pizarrón blanco (1.20cm x 2.40cm) x3

Precio \$900



Sofá sala de espera

Precio: \$8,000



La suma de precio de los inmuebles anteriores se muestra en la siguiente tabla.

Mobiliario	precio por unidad	cantidad	total
Mesa para juntas	\$ 6,000.00	3	\$18,000
Mesas Secretaria	\$ 1,000.00	1	\$1,000
Sillas	\$ 130.00	30	\$3,900
Librero pequeño	\$ 800.00	3	\$2,400
Sofá para sala de espera	\$ 8,000.00	1	\$8,000
Impresora	\$ 2,500.00	1	\$2,500
Computadora de escritorio	\$ 5,000.00	1	\$5,000
Pizarrón blanco	\$ 900.00	3	\$2,700
Teléfono	\$ 300.00	1	\$300
<b>TOTAL</b>			<b>\$43,800</b>

## B- Materiales

Además de los gastos de los muebles existen otros gastos como costos fijos y costos variables, cuales son esenciales para calcular más adelante el punto de equilibrio y proyecciones financieras.

<b>Otros gastos</b>			
Permisos(Electrónico)	\$	-	\$ -
Botiquín y papelería	\$	600.00	\$ 600.00
Decoración del local	\$	2,000.00	\$ 2,000.00

## C- Gastos administrativos

<b>Costos fijos</b>	
Teléfono e internet	\$ 400.00
Renta	\$ 25,000.00
Luz, Agua, Gas	\$ 550.00
<b>Total, costos fijos:</b>	\$ 25,950.00

<b>Costos variables</b>	
Salario mensual(pago por clase al profesor) \$400 pesos x clase aproximado (\$400 x 72 clases)	\$ 28,800.00
<b>Total, costos variables:</b>	\$ 28,800.00

De acuerdo a los previos cálculos de los costos el costo total (Muebles+Materiales+Gastos Administrativos) para la apertura de la academia de idiomas es de \$101,150 pesos.

## **Plan de financiamiento**

La forma de obtener los fondos para la inversion mencionada anteriormente puede ser de dos formas.

- 1- Propia
- 2- Ajena

La propia tiene como característica que tiene cero intereses, pues todos los recursos son generados por nuestra cuenta, a diferencia de la ajena, donde los recursos provienen de un agente externo y se debe de devolver la cantidad prestada más un monto de interés cada determinado periodo.

Puesto que la Academia que se propone crear es de carácter familiar, pequeño, todos los financiamientos lo haremos de recursos propios.

El capital inicial para poner en marcha la academia será de \$150,000 pesos.

## **Cuentas de gastos e ingresos**

En este apartado se desarrollarán los ingresos que tendrá la academia por el concepto de pago de los servicios.

Se presento un estimado de los gastos, ahora se calcularán los ingresos que obtendrá la empresa.

La academia obtendrá su ingreso mediante la impartición de clases de 3 idiomas. Coreano, Inglés y Chino.

Cada idioma está dividido en 3 niveles, básico, intermedio y avanzado.

Cada nivel está compuesto de 8 semanas, 3 clases por semana, hora y media de clase, total de 60 horas.

El costo es de \$2,000 pesos por mes, sin importar la edad y el pago puede ser mensual o bimestral.

Si se paga bimestral, el costo es de \$3,700 por las 8 semanas.

Para inicio de cada clase es necesario que se junten al menos 5 alumnos.

Cada salón tendrá disponibilidad para 9 alumnos, pero considerando que la academia va empezando, no siempre estará lleno el cupo de los alumnos, ni todos los días disponibles, así que se calcula que habrá la mitad de alumnos el primer año de la academia, estimando los días que no hay clases, se tendrá el supuesto de alumnos por clase que es el mínimo, con el fin de realizar los cálculos financieros.

<b>Presupuesto de ventas a un año</b>					
Clases	Precio de clase por 1 mes	Cursos disponibles por semana	Número de alumnos por clase	Ingresos estimados por mes	Ingreso total anual
Coreano	\$2,000	6	5	\$60,000	\$720,000
Ingles	\$2,000	6	5	\$60,000	\$720,000
Chino	\$2,000	6	5	\$60,000	\$720,000
				<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b><u>\$180,000</u></b>
					<b><u>\$2,160,000</u></b>

Ahora que tenemos el monto de ingreso por periodo, averiguaremos la cantidad de alumnos que se necesita tener por sesión y las sesiones que se necesitan llevar a cabo para poder obtener utilidades mediante el cálculo del punto de equilibrio.

## **Punto de equilibrio**

Este ejercicio es importante puesto que nos permitirá saber a partir de cuantos alumnos estaremos obteniendo utilidades y a partir de cuantos seria perdida. En base a este cálculo, podemos buscar estrategias convenientes antes de arrancar para poder obtener la cantidad de alumnos necesarios para que la academia siga en marcha.

Queremos aplicar el Punto de Equilibrio en Numero de Unidades para saber cuantos alumnos necesita la Academia para alcanzar el punto 0. Pero hay un problema si aplicamos la forma tradicional. Como cada profesor cobra la cantidad de \$400 pesos por clase (la cantidad pagada al profesor de chino) y el

alumno solo paga 166 pesos por clase, esto resulta en numeros negativos y no podemos aplicar la formula de:

*Formula para Punto de Equilibrio en Número de Unidades*

**Costos Fijos Totales (CFT)**

-----

**Precio de Venta Unitario(PVU) – Costo de Venta Unitario(CVU)**

Así que se aumento el numero de alumnos al minimo que debe de estar en la clase para cubrir la remuneracion al docente y dar rendimientos, fueron 3 alumnos minimo. Esto resulta de la siguiente manera:

*Costo Fijo Total mensual: \$25,950*

*Precio de Venta Unitario mensual*

*(3 clases por semana. Total de 12 clases):\$2,000*

*Costo de Venta Unitario mensual*

*(pago al profesor por clase=\$400):\$4,800*

$$\frac{\$25,950}{\$6,000-\$4,800} = 21.6$$

Esto se refiere a que necesitamos 21.6 grupos de 3 personas, es decir 65 (redondeando el resultado de 64.8) alumnos en la academia para que la cuenta mensual resulte en 0.

Pero un punto importante a destacar es que el costo variable (remuneracion al profesor) no aumenta conforme al numero de alumnos. Por tal razon, decidi hacer otro punto de equilibrio con la cantidad minima de alumnos que establecimos que necesitaríamos para abrir un grupo, de 5 personas.

*Costo Fijo Total mensual: \$25,950*

*Precio de Venta Unitario mensual:\$10,000*

*Costo de Venta Unitario mensual:\$4,800*

\$25,950

----- = 4.99

\$10,000-\$4,800

Este segundo punto de equilibrio muestra que necesitamos 5 cursos con 5 alumnos en cada curso para alcanzar el punto. Mientras mas alumnos haya por clases incrementa la eficiencia financiera.

## PROYECCIÓN FINANCIERA

Ahora procederemos a realizar proyecciones financieras y a analizar la liquidez en base a los resultados. La primera actividad que se realizara es el balance general que presenta la situación patrimonial de la empresa y nos permitirá evaluar aspectos financieros.

En base a los datos financieros recolectados anteriormente, y restando 10 dias festivos del año, (-\$75,000 pesos en total) el balance general proyectado a 1 año es el siguiente.

<b>BALANCE GENERAL</b>	Anual
<b>Activos</b>	
<i>Circulantes</i>	
Caja	\$ 62,400.00
Banco	\$ 1,909,472.00
IVA acreditable	\$ 114,272.00
Cuentas no cobrables	\$ 105,056.00
<i>Fijos</i>	
Muebles	\$ 43,800.00
<b>Activo total</b>	<b>\$ 2,235,000.00</b>
<b>Pasivos</b>	
Corto plazo	
IVA	\$219,328.00
ISR por pagar	\$345,441.60
Renta del local	\$300,000.00
Cuentas por pagar	\$414,200.00
<b>Pasivo total</b>	<b>\$1,278,969.60</b>
<b>Capital Contable</b>	
Capital Social	\$150,000.00
Utilidad Acumulada	\$806,030.40
<b>Capital Contable total</b>	<b>\$2,235,000.00</b>

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	Anual
<b>Ventas</b>	\$2,085,000.00
Ventas brutas	\$2,085,000.00
<b>Gastos</b>	
<b>Gastos de administración</b>	
Sueldos y salarios	\$345,600.00
Renta	\$300,000.00
Remodelación del local	\$45,800.00
<b>Gastos de admón. total</b>	\$691,400.00
<b>Gastos de operación</b>	
Luz, agua e internet	\$11,400.00
Papelería	\$7,200.00
<b>Gastos de op. Total</b>	\$18,600.00
<b>Gastos de venta</b>	
Publicidad	\$4,200.00
<b>Gastos de venta total</b>	\$4,200.00
<b>Gasto total</b>	\$714,200.00
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	\$1,370,800.00
<b>IVA</b>	\$219,328.00
<b>ISR</b>	\$345,441.60
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$806,030.40</b>

Con el estado de resultados, se puede analizar las razones de utilidad, cuales miden el desempeño de toda la empresa, y sus eficiencias en la administración de los activos, pasivos y el capital.

Las razones financieras a analizar serán los siguientes:

### **1- Razón de liquidez.**

La razón de la liquidez permite saber la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones.

#### **Activos Circulantes / Pasivos Corto plazo**

$$\$2,086,144 / \$1,278,969.6 = 1.63$$

Esto demuestra que anualmente, la empresa cuenta con 1.63 pesos por cada 1 peso que representa de adeudo corto plazo y que la Academia es capaz de cubrir los gastos.

## **2- Margen de utilidad neta.**

Esta formula indica la tasa de utilidad que se obtiene despues de haber deducido todos los gastos excepto los dividendos. El resultado mostrara las ganancias reales que podemos obtener.

### **Utilidad neta / Venta Bruta**

$$\$806,030.4/2,085,000 = 0.38$$

La capacidad de convertir las ventas en utilidades de la academia es de 38% del total de las ganancias. Es decir, por cada \$100 pesos, tenemos 38 pesos de ganancia neta.

En base a los resultados de las razones financieras podemos decir que la empresa es capaz de cubrir sus gastos y es redituable.

Concluiremos el trabajo con el cálculo del Valor Actual Neto(VAN) y la Tasa Interna de Retorno(TIR), con la que mediremos la rentabilidad real de la inversion. Para esto realizaremos estimación de Flujo de Efectivo de los primeros 5 años, el primer año se detallara por mes y en los proximos 4 años se mostraran con un crecimiento de 5%.

<b>FLUJO DE EFECTIVO 1ER AÑO</b>						
	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
Saldo inicial de efectivo	\$ 150,000.00	\$ 216,000.00	\$ 327,800.00	\$ 439,600.00	\$ 393,777.00	\$ 505,577.00
<b>Flujo Operativo</b>						
Utilidad de ejercicio	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 135,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00
Cuentas por pagar	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00
Publicidad	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Renta	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Impuestos despues de los deducibles				\$ 112,623.00		
Salario	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00
<i>Saldo efectivo operación</i>	\$ 55,100.00	\$ 55,100.00	\$ 55,100.00	\$ 167,723.00	\$ 55,100.00	\$ 55,100.00
<b>Flujo de inversión</b>						
Remodelación	\$ 2,000.00					
Muebles	\$ 43,800.00					
Papelería	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<i>Saldo efectivo por inversión</i>	\$ 46,400.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>Flujo de financiamiento</b>						
Dividendo	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
<i>Saldo efectivo por financiamiento</i>	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
<b>Saldo final de efectivo</b>	\$ 216,000.00	\$ 327,800.00	\$ 439,600.00	\$ 393,777.00	\$ 505,577.00	\$ 617,377.00

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial de efectivo	\$ 617,377.00	\$ 616,554.00	\$ 728,354.00	\$ 840,154.00	\$ 839,331.00	\$ 913,590.00
<b>Flujo Operativo</b>						
Utilidad de ejercicio	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 180,000.00	\$ 150,000.00
Cuentas por pagar	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00	\$ 950.00
Publicidad	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Renta	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Impuestos despues de los deducibles	\$ 112,623.00			\$ 112,623.00	\$ 37,541.00	\$ 37,541.00
Salario	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00	\$ 28,800.00
<i>Saldo efectivo operación</i>	\$ 167,723.00	\$ 55,100.00	\$ 55,100.00	\$ 167,723.00	\$ 92,641.00	\$ 92,641.00
<b>Flujo de inversión</b>						
Remodelación						
Muebles						
Papelería	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<i>Saldo efectivo por inversión</i>	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
<b>Flujo de financiamiento</b>						
Dividendo	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
<i>Saldo efectivo por financiamiento</i>	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00	\$ 12,500.00
<b>Saldo final de efectivo</b>	\$ 616,554.00	\$ 728,354.00	\$ 840,154.00	\$ 839,331.00	\$ 913,590.00	\$ 957,849.00

## FLUJO DE EFECTIVO A 5 AÑOS

FLUJO DE EFECTIVO	1er año
Saldo inicial de efectivo	\$ 150,000.00
<b>Flujo Operativo</b>	
Utilidad de ejercicio	\$ 1,935,000.00
Cuentas por pagar	\$ 11,400.00
Publicidad	\$ 4,200.00
Renta	\$ 300,000.00
Impuestos	\$ 412,951.00
Salario	\$ 345,600.00
<i>Saldo efectivo operacion</i>	<i>\$ 1,074,151.00</i>
<b>Flujo de inversion</b>	
Remodelacion	\$ 2,000.00
Muebles	\$ 43,800.00
Papeleria	\$ 7,200.00
<i>Saldo efectivo por inversion</i>	<i>\$ 53,000.00</i>
<b>Flujo de financiamiento</b>	
Dividendo	\$ 150,000.00
<i>Saldo efectivo por financiamiento</i>	<i>\$ 150,000.00</i>
<b>Saldo final de efectivo</b>	<b>\$ 807,849.00</b>

FLUJO DE EFECTIVO	2do año
Saldo inicial de efectivo	\$ 807,849.00
<b>Flujo Operativo</b>	
Utilidad de ejercicio	\$ 2,031,750.00
Cuentas por pagar	\$ 11,400.00
Publicidad	\$ 4,200.00
Renta	\$ 300,000.00
Impuestos	\$ 433,598.55
Salario	\$ 345,600.00
<i>Saldo efectivo operacion</i>	<i>\$ 1,094,798.55</i>
<b>Flujo de inversion</b>	
Papeleria	\$ 7,200.00
<i>Saldo efectivo por inversion</i>	<i>\$ 7,200.00</i>
<b>Flujo de financiamiento</b>	
Dividendo	\$ 157,500.00
<i>Saldo efectivo por financiamiento</i>	<i>\$ 157,500.00</i>
<b>Saldo final de efectivo</b>	<b>\$ 1,580,100.45</b>

FLUJO DE EFECTIVO	3er año
Saldo inicial de efectivo	\$ 1,580,100.45
<b>Flujo Operativo</b>	
Utilidad de ejercicio	\$ 2,133,337.50
Cuentas por pagar	\$ 11,400.00
Publicidad	\$ 4,200.00
Renta	\$ 300,000.00
Impuestos	\$ 455,278.48
Salario	\$ 345,600.00
<i>Saldo efectivo operacion</i>	<i>\$ 1,116,478.48</i>
<b>Flujo de inversion</b>	
Papeleria	\$ 7,200.00
<i>Saldo efectivo por inversion</i>	<i>\$ 7,200.00</i>
<b>Flujo de financiamiento</b>	
Dividendo	\$ 165,375.00
<i>Saldo efectivo por financiamiento</i>	<i>\$ 165,375.00</i>
<b>Saldo final de efectivo</b>	<b>\$ 2,424,384.47</b>

FLUJO DE EFECTIVO	4to año
Saldo inicial de efectivo	\$ 2,424,384.47
<b>Flujo Operativo</b>	
Utilidad de ejercicio	\$ 2,240,004.38
Cuentas por pagar	\$ 11,400.00
Publicidad	\$ 4,200.00
Renta	\$ 300,000.00
Impuestos	\$ 478,042.40
Salario	\$ 345,600.00
<i>Saldo efectivo operacion</i>	<i>\$ 1,139,242.40</i>
<b>Flujo de inversion</b>	
Papeleria	\$ 7,200.00
<i>Saldo efectivo por inversion</i>	<i>\$ 7,200.00</i>
<b>Flujo de financiamiento</b>	
Dividendo	\$ 173,643.75
<i>Saldo efectivo por financiamiento</i>	<i>\$ 173,643.75</i>
<b>Saldo final de efectivo</b>	<b>\$ 3,344,302.70</b>

FLUJO DE EFECTIVO	5to año
Saldo inicial de efectivo	\$ 3,344,302.70
<b>Flujo Operativo</b>	
Utilidad de ejercicio	\$ 2,352,004.59
Cuentas por pagar	\$ 11,400.00
Publicidad	\$ 4,200.00
Renta	\$ 300,000.00
Impuestos	\$ 501,944.52
Salario	\$ 345,600.00
<i>Saldo efectivo operacion</i>	<b>\$ 1,163,144.52</b>
<b>Flujo de inversion</b>	
Papeleria	\$ 7,200.00
<i>Saldo efectivo por inversion</i>	<b>\$ 7,200.00</b>
<b>Flujo de financiamiento</b>	
Dividendo	\$ 182,325.94
<i>Saldo efectivo por financiamiento</i>	<b>\$ 182,325.94</b>
<b>Saldo final de efectivo</b>	\$ 4,343,636.83

Primero sacaremos el Valor Actual Neto, el beneficio real de la inversión, con 6% de inflación que indica el Banco de México.

Formula para Valor Actual Neto:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

-150,000	1,935,000	2,031,750	2,133,337	2,240,004	2,352,004
	(1.06)^1	(1.06)^2	(1.06)^3	(1.06)^4	(1.06)^5

= \$8,806,760

El beneficio real de la inversión en 5 años es de \$8,806,760 y como el resultado es positivo, demuestra que es conveniente realizar la inversión.

Con los datos obtenidos calcularemos la TIR. Utilizamos la calculadora online para obtener el resultado y fue el siguiente:

Imagen:5.1 Tasa Interna de Retorno

Desembolso Inicial 150.000,00			
Tasa Interna de Retorno (TIR) 454,12%			
AÑO	COBROS	PAGOS	FLUJOS DE CAJA
0			-150.000,00
1	1.935.000,0	1.277.151,0	657.849,00
2	2.031.750,0	1.259.498,0	772.252,00
3	2.133.337,0	1.289.053,0	844.284,00
4	2.240.004,0	1.320.085,0	919.919,00
5	2.352.004,0	1.352.669,0	999.335,00

Fuente: <http://es.calcuworld.com>

Con los resultados del TIR y VAN podemos decir que;

El beneficio real de la inversion es de \$8,806,760, con tasa de retorno de 454%.

La proyección nos muestra que efectivamente la empresa es redituable y no necesita de financiación externa para funcionar.

Como conclusión de flujo de análisis financiero, al estar respaldado con 100% financiación propia, además de no contraer deudas con personas externas a la empresa, se evitan los intereses y se

conservan las ganancias para reinversión de la empresa. Las responsabilidades y autoridades solamente se distribuyen entre dos personas y se puede manejar el capital sin restricciones de otros accionistas. La academia es definitivamente redituable, proporciona 650% de ganancias al final del año, ya restando los dividendos, o gastos entre los dueños de la academia.

## **Conclusiones**

Después de largos meses de trabajo y gracias al apoyo de mi asesor Da Gama Darby Scott Michel Martin, pude terminar exitosamente el trabajo cual sin duda alguna, fue muy satisfactorio.

Las investigaciones realizadas me ayudaron a tener ideas mas concisas de como crear una Academia de idiomas. Respecto a las 3 idiomas(Inglés, Chino y Coreano) que pienso impartir en la Academia, la investigación realizada en los sitios como UNESCO y EFPI, así como otras fuentes de información mostraron que ademas del popular idioma inglés, el idioma chino y el coreano son idiomas que aun que no son tan relevantes como el inglés, son idiomas que tienen mucho potencial en diversos países.

De acuerdo a los periódicos como “el Financiero”, demuestran que México es un país que tiene la necesidad de más profesores de inglés, así como la existencia de posibilidad del incremento de la demanda del idioma coreano por la entrada de las empresas coreanas en México y la relación comercial que existe entre los dos países; asimismo el caso del idioma chino, la cual es tan importante hoy en día como fue el inglés hace años, pues los productos chinos estan abarcando gran parte del mercado mundial.

Con los datos que se investigaron pude saber cuál es la problemática que existe en México en relación a la enseñanza de otras idiomas, que es la falta del personal capacitado para la enseñanza. Una vez que nos informamos acerca del problema, buscamos la información que nos pueda decir si el mercado está abierto para la entrada de nuevas empresas.

Se estableció como mercado objetivo las personas de 15 hasta los 29 años, ubicados en las clases sociales C y C+. La pagina de INEGI mostró que hay una gran cantidad de personas que entran en nuestro mercado objetivo en la delegación Benito Juárez, contando con 360 mil habitantes con edad promedio de 33 años. Además también resultó ser la delegación con mayor numero de personas que tienen ingresos mayores a 5 salarios mínimos, lo que demuestra que tienen la capacidad económica para realizar actividades extras como el aprendizaje de un nuevo idioma.

Continuando con la investigación del mercado mediante la página del INEGI, reflejo un resultado que mostraba que las academias que existían en la delegación Benito Juárez son 38 academias para un total de 417,416 personas que habitan en ella. Por tales razones, se concluyo que si existe la oportunidad para la creación de una nueva academia de idiomas.

De las barreras que existen ante una nueva empresa, probablemente la más difícil es destacar entre las empresas que tienen largo tiempo de experiencia y que se encuentran posicionadas en la mente del consumidor.

La metodología que quiero implementar es la enseñanza de idiomas en menos tiempo y con menos costo que en otras academias. Se realizara este plan mediante la eliminación de cursos repetitivos de reglas gramaticales, cual consume mucho tiempo y lo agregaremos en los ejercicios de lectura y oral, haciendo que el alumno aprenda la gramatica mientras habla y lee. Puedo decir que este método es efectiva pues he enseñado el idioma coreano en tres meses, a leer, escribir y a hablar a mis compañeros. Aun que no lo dominaban a la perfección, estoy seguro que lo podre lograr en el periodo de 6 meses. El inglés ya se ha probado que puede ser aprendido en 6 meses por algunas academias de idiomas en Corea. El problema es el chino, que es un idioma mucho mas complicado que los dos anteriores, pero cuando mi patrón de trabajo me menciona que el aprendio a hablar el chino en 4-6 meses solo mediante la lectura y constante platica, estuve seguro de que también podria enseñar a hablar en poco tiempo como el inglés y el coreano. El aprendizaje rapido eliminara los gastos innecesarios, resultando ser más economico que en otras academias.

Ahora que tenemos la ventaja competitiva, tenemos que darnos a conocer ante el público mediante vias de comunicación como Facebook y publicidades por volantes y folletos, cuales se escogieron porque tienen amplia distribución con costo de publicidad economicos.

La Academia puede ser constituida facilmente mediante la pagina de internet que creo el gobierno de México.

Nuestra academia sera constituida como asociación civil con capital de 150,000 pesos, ubicando entre las calles de Hamburgo y Londres, entre metro Sevilla e Insurgentes. Contará con tres salones en total y cada salón tendra capacidad para 9 personas, pero como vamos iniciando realizamos las proyecciones con 5 alumnos por curso. Al ser una academia pequeña, ademas del profesor chino, mi hermana y yo tendremos que trabajar como administrativos y al mismo tiempo como profesor de inglés y coreano.

Las clases se impartirán en 3 horarios y cada horario tendrá 3 clases de cada idioma. Aunque no podemos hacer el horario tan flexible como la competencia, se hizo en 2 horarios por nivel para poder crear cierta flexibilidad.

Ahora viene el punto importante final, la viabilidad económica. Se elaboró el estado de resultado y el balance general, los cuales junto con las razones financieras mostraron ser redituables. Pero para saber como estaríamos en futuro, se realizó proyecciones a 5 años, con la que calculamos el valor presente neto y la tasa interna de retorno. Estas mostraron resultados que no me esperaba, pues en 5 años el beneficio era de \$8,806,760, con 454% de retorno, aun cuando se calculó con una cantidad mínima de alumnos por clase.

Los resultados de la investigación mostraron ser positivos. En base a este trabajo estableceré el objetivo de crear mi academia, después de obtener más experiencia como profesor y haber establecido concretamente la metodología del plan de estudio.

## CIBERGRAFIAS Y REFERENCIAS

Donde ir. (5 de noviembre de 2015). Las mejores delegaciones para vivir en DF. 1 de abril 2016, de donde ir Sitio web: <http://www.dondeir.com/ciudad/las-mejores-delegaciones-para-vivir-en-el-distrito-federal/2015/11>

Mtra. Sunny Arely Villa Juárez . (2009). perfil socioeconómico de distrito federal. 1 de abril de 2016, de Centro de estudios de finanzas publicas Sitio web: <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/2009/cefp0372009.pdf>

One world nations online. (sin fecha). Most widely spoken Languages in the World.. 1 de abril de 2016, de one world nations online Sitio web: [http://www.nationsonline.org/oneworld/most\\_spoken\\_languages.htm](http://www.nationsonline.org/oneworld/most_spoken_languages.htm)

Jennifer Smith. (sin fecha). The benefits of learning a second language. 2 de abril de 2016, de omniglot Sitio web: <http://www.omniglot.com/language/articles/benefitsoflearningalanguage.htm>

Lisa Chau. (2014). why you should learn another language. 2 de abril de 2016, de US and world news report Sitio web: <http://www.usnews.com/opinion/blogs/economic-intelligence/2014/01/29/the-business-benefits-of-learning-a-foreign-language>

Amanda Kibler,Sandy Philipose, Graduate Research Assistants of Guadalupe Valdés at Stanford University . (2 de abril de 2016). What does research show about the benefits of language learning? <http://www.actfl.org/advocacy/what-the-research-shows>

EarthPorm. (2015). See The World's Most Spoken Languages In One Eye-Opening Infographic. 2 de abril de 2016, de see the mind unleashed Sitio web: <http://themindunleashed.org/2015/06/see-the-worlds-most-spoken-languages-in-one-eye-opening-infographic.html>

nationsonline. (sin fecha). Most widely spoken Languages in the World. 2 de abril de 2016, de nations online Sitio web: [http://www.nationsonline.org/oneworld/most\\_spoken\\_languages.htm](http://www.nationsonline.org/oneworld/most_spoken_languages.htm)

UNESCO. (sin fecha). Top 20 countries for international students. 4 de abril de 2016, de the guradian Sitio web: <http://www.theguardian.com/higher-education-network/blog/2014/jul/17/top-20-countries-international-students>

Isabel Becerril. (2015). En México sólo 5% de la población habla inglés: IMCO. 4 de abril de 2016, de el financiero Sitio web: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/en-mexico-solo-de-la-poblacion-habla-ingles-imco.html>

Oxford royal academy. (2014). why should i learn english. 4 de abril de 2016, de oxford royal academy Sitio web: <https://www.oxford-royale.co.uk/articles/reasons-learn-english.html>

sunny arela villa juarez. (2009). perfil socio economico de df. 10 de abril de 2016, de inegi sitio web: <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/2009/cefp0372009.pdf>

nations online(sin fecha) most widely spoken languages in the world.10 de abril de 2016. sition web:[http://www.nationsonline.org/oneworld/most\\_spoken\\_languages.htm](http://www.nationsonline.org/oneworld/most_spoken_languages.htm)

<http://themindunleashed.org/2015/06/see-the-worlds-most-spoken-languages-in-one-eye-opening-infographic.html> idiomas mas aprendidos en el mundo.

unesco(sin fecha)top20 countries for international students. 7 de julio de 2016 de unesco.sitio web:<http://www.theguardian.com/higher-education-network/blog/2014/jul/17/top-20-countries-international-students>

oxford royale academy. (2014). why should i learn english. 7 de julio de 2016, de oxford roayle academy sitio web: <https://www.oxford-royale.co.uk/articles/reasons-learn-english.html>

charlie custer. (2010). how many people are learning chinese. 7 de julio de 2016, de the world of chinese sitio web: <http://www.theworldofchinese.com/2010/12/how-many-people-are-learning-chinese/>

the world bank. (2016). overview. 15 de agosto de 2016, de the world bank sitio web: <http://www.worldbank.org/en/country/china/overview>

prableen bajpai. (2016). the worlds top 10 economies. 15 de agosto de 2016, de investopedia sitio web: <http://www.investopedia.com/articles/investing/022415/worlds-top-10-economies.asp>

the economist. (2015). made in china?. 20 de agosto de 2016, de the economist sitio web: <http://www.economist.com/news/leaders/21646204-asias-dominance-manufacturing-will-endure-will-make-development-harder-others-made>

[http://www.pueblosyfronteras.unam.mx/al1n12/art\\_06.html](http://www.pueblosyfronteras.unam.mx/al1n12/art_06.html) antecedentes de ingles en mexico

linda king. (2003). education in a multilingual world. 5 de septiembre de 2016, de unesco sitio web: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001297/129728e.pdf>

subsecretaria de educacion basica seb 2008:74 educacion de ingles como reto de educación primaria

tephen r. anderson. (sin fecha). how many languages are in the world. 14 de septiembre de 2016, de linguistic society of america sitio web: <http://www.linguisticsociety.org/content/how-many-languages-are-there-world>

<http://www.ef.com.mx/epi/> nivel de ingles en mexico.

veronica galan. (2008). mandarin, el idioma de los negocios. 15 de septiembre 2016, de expansion sitio web: tephen r. anderson. (sin fecha). how many languages are in the world. 14 de septiembre de 2016, de linguistic society of america sitio web: <http://www.linguisticsociety.org/content/how-many-languages-are-there-world>

aprende mas. (sin fecha). los doce idiomas mas importantes del planeta. 16 de septiembre de 2016, de aprendemas sitio web: [http://tmp.aprendemas.com/guias/especial\\_idiomas2013/p1.asp](http://tmp.aprendemas.com/guias/especial_idiomas2013/p1.asp)

cintya contreras. (2011). 8 mil coreanos radican en df. 25 de septiembre de 2016, de excelsior sitio web: <http://www.excelsior.com.mx/2011/08/20/comunidad/762405#view-2>

lourdes flores. (2015). y tras la llegada de kia, nuevo león quiere hablar coreano. 2 de octubre de 2016, de el economista sitio web: <http://eleconomista.com.mx/estados/2015/03/23/tras-llegada-kia-nuevo-leon-quiere-hablar-coreano>

[http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/04/2015\\_documento\\_completo\\_ingles\\_es\\_posible.pdf](http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/04/2015_documento_completo_ingles_es_posible.pdf)

políticas lingüísticas de inglés en México

inegi. (sin fecha). el petróleo, cuánto aporta a la economía?. 7 de octubre de 2016, de inegi sitio web: <http://cuentame.inegi.org.mx/economia/petroleo/pib.aspx>