

SERVIZO DE CANGUROS POLÍGLOTAS



Presentación

O obxectivo da Concellaría de Promoción Económica e Comercio é consolidar a posición de Compostela como o centro de referencia nas compras das persoas da nosa comarca e, ao tempo, atraer a Santiago a clientes de Galicia e o norte de Portugal.



Para iso estamos desenvolvendo un Plan de Excelencia Comercial, con seis eixes de actuación. Un destes eixes é o denominado *Impulso de novas Iniciativas Comerciais*, no que se enmarcan as Microguías de Oportunidades de Negocio.

As microguías teñen dúas finalidades complementarias: por unha banda detectar oportunidades de negocio concretas a partir da situación actual do comercio e a hostalaría en Santiago e, por outra, facilitar ao emprendedor unha información específica a partir da cal poida concretar aspectos fundamentais da empresa que ten pensado crear. En concreto, poderá dispor de datos sobre o mercado, o produto, os clientes, os recursos precisos, a previsión de resultados e as particularidades da actividade.

En total elaboramos dez microguías de oportunidades de negocio, que agardamos que sexan de utilidade para as persoas emprendedoras: *Tenda de xoguetes artesanais e educativos; Estabelecemento de produtos alimenticios e froitas exóticas; Ampliación da liña de negocio; Tenda especializada en produtos para maiores; Restaurante espectáculo; Restaurante de alto prestixio; Restaurante de sobremesas creativas e orixinais; Bar de osíxeno e augas; Servizo de canguros políglotas; Servizos domésticos/ Servizos a domicilio.*

Xosé Manuel Iglesias Iglesias

Concelleiro de Promoción Económica, Emprego, Comercio e Turismo

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
1. O PORQUÉ DUN SERVIZO DE CANGUROS POLÍGLOTAS	7
2. O PRODUTO OU SERVIZO	8
I. Descrición do produto	8
II. Servizos complementarios	9
III. Diferenciación e posicionamento	10
3. CAL É A CLIENTELA POTENCIAL?	12
4. CALES SON OS MEUS COMPETIDORES	16
5. COMO VENDER O PRODUTO OU SERVIZO	19
I. Como colocar o servizo no mercado	19
II. Como fixar o prezo do produto ou servizo	20
III. Como captar aos clientes	20
6. RECURSOS NECESARIOS	23
I. Recursos técnicos	23
II. Recursos humanos	24
III. Recursos económicos	26
7. ANÁLISE ECONÓMICO- FINANCEIRA	27
I. Cálculo dos gastos	27
II. Estimación de ingresos	28
III. Conta de resultados	29
IV. Como conseguir fondos	30
8. PERFIL DA EMPRESA TIPO	31
9. TRÁMITES PARA A POSTA EN MARCHA	32
10. CAL É A NORMATIVA APLICABLE?	33
I. Normativa xeral	33
II. Normativa específica	33
11. ANEXOS	34
I. Organismos oficiais	34
II. Asociacións	35
III. Formación.....	38
IV: Páxinas web de interese	42

1. O porqué dun servizo de canguros políglotas

O servizo de canguros políglotas englobaría por unha banda o coidado e entretemento dos rapaces e ao mesmo tempo a ensinanza dun idioma.

Esta idea de negocio baséase na oferta especializada dun servizo de coidado, entretemento e atención ao neno combinado coa ensinanza dunha ou varias linguas foráneas, xunto co servizo de atención ao neno turista estranxeiro. A oferta será o suficientemente ampla para abarcar as necesidades de toda a súa clientela obxectiva: tanto nenos de aquí que aprendan unha lingua estranxeira como fillos de turistas estranxeiros que estean coidados e entretidos cun guía turístico políglota especializado en organizar actividades para nenos.

Se contempla a posibilidade de complementar a actividade con outros servizos como poden ser as academias de idiomas para nenos e un servizo de guías turísticos especializados en dar a coñecer a nosa cultura patrimonio e tradicións aos fillos dos turistas que visiten Compostela adaptando os contidos e itinerarios da visita cara ao público infantil.

Na sociedade actual o coñecemento de idiomas é indispensable tanto a nivel laboral coma a nivel de ocio. Nun mundo cada vez máis globalizado o dominio dos idiomas adquire cada vez máis peso na educación dos rapaces. Hoxe en día é moi importante que se familiaricen con outras linguas desde pequenos, sendo esta a idade na que máis se aprende.

Por outra banda por mor a que nos últimos tempos o concepto de familia cambiou con respecto a outras xeracións por mor a incorporación masiva da muller ao mundo laboral xurdan novas necesidades coma as de coidado dos máis pequenos mentres os seus pais se atopan en horario laboral.

O ascenso da natalidade nos últimos anos tamén fai máis viable o xurdimento deste tipo de servizos, así pódese observar na seguinte táboa como os nacementos na comarca de Santiago de Compostela se incrementaron nos últimos anos; concretamente no período comprendido entre 2004 e 2006, os nacementos na comarca de Santiago de Compostela aumentaron en 126 novos rapaces.

NACEMENTOS COMARCA DE SANTIAGO DE COMPOSTELA			
	Ano 2004	Ano 2005	Ano 2006
Homes	660	704	764
Mulleres	657	676	679
TOTAL NACEMENTOS	1.317	1.380	1.443

Fonte: IGE. Movemento natural da poboación

2. O produto ou servizo

Dende o punto de vista da mercadotecnia o produto é o conxunto de atributos que o mercado lle outorga a un ben ou servizo. Así pois, a determinación dos produtos ou servizos que vas ofrecer é un elemento clave para conseguir a aceptación da empresa no mercado e para a configuración da imaxe global do teu negocio ante os clientes, e pode supoñer un factor diferenciado fronte aos teus competidores.

Para elo deberás ter en conta a oferta de produtos dos teus competidores, as características ou atributos fundamentais do servizo, as posibilidades de diferenciación e o posicionamento que vai adoptar a túa empresa no mercado.

I. Descrición do produto

A idea de negocio dunha oferta de canguros políglotas diríxense cara a unha variada gama de servizos integrados coa finalidade de que os rapaces se familiaricen con outras linguas. Dende pequenos, os nenos son máis receptivos cos adultos na aprendizaxe de idiomas, desenvolvendo unha pronunciación natural así coma a confianza na práctica cotián do idioma. Neste senso a carteira de produtos xenérica estaría formada polas seguintes categorías:

- Servizo de canguros políglotas
- Academias de idiomas para nenos
- Guías turísticos para nenos

CANGUROS POLÍGLOTAS

Como xa se mencionou no apartado anterior, a función dos canguros tería un dobre obxectivo: por unha banda atender as necesidades de coidado e atención aos pequenos na ausencia dos seus pais, tanto as domésticas coma as afectivas e de entretemento e por outra a familiarización e aprendizaxe dunha lingua foránea.

ACADEMIAS DE IDIOMAS

Orientadas cara á ensinanza doutras linguas aos máis pequenos, onde a pedagogía no aprendizaxe xogaría un papel moi importante, podéndose recorrer a debuxos animados noutros idiomas, nos que aprenderían nocións básicas como cores, números, etc; xogos tradicionais nos que os rapaces ao mesmo tempo que xogan adquiren a costume de falar; karaokes noutras linguas nos que por medio da música irán desenvolvendo o oído e soltándose na pronunciación dunha forma lúdica. O obxectivo xeral é a ensinanza e aprendizaxe de gramática, vocabulario, pronunciación, escritura (de molde y cursiva) y redacción noutros idiomas.

GUÍAS TURÍSTICOS

Ofrecer un servizo de guía turístico para os fillos dos turistas que se achegan a Compostela. Tendo en conta que a maioría dos itinerarios pódense adaptar aos máis pequenos ofrecendo cousas interesantes que esperten o interese dos nenos como o tren turístico, visitas ás cubertas da catedral, mercado de abastos, museo do pobo galego, onde hai unha ampla representación dos oficios e útiles tradicionais, o Centro Galego de Arte Contemporánea que organiza obradoiros para nenos, etc.

II. Servizos complementarios

O/A emprendedor/a debe ter claro o tipo de produto que vai ofrecer no establecemento, e pode acompañar o mesmo con outros servizos que complementen a oferta, proporcionar unha mellora para o cliente. Estes servizos complementarios deben estar sempre en consonancia co tipo de establecemento de que se trate.

Neste senso, deberás ofrecer algúns servizos de tipo xenérico para o cliente como o pago con tarxeta, posibilidade de contratar o servizo por teléfono ou internet. Así mesmo, existen outro tipo de servizos adicionais que poden axudarte a atraer e fidelizar clientela, tales como o asesoramento activo, as visitas para grupos de nenos guiadas, a organización de eventos infantís tales como contacontos, teatro ou monicreques, etc.

Por outra banda, non debes esquecer que o maior valor engadido do servizo de canguros políglotas tamén viría dado polos recursos humanos e persoais. Así, o persoal tería un papel fundamental no servizo xa que serían profesionais da educación os que brindarían asesoramento activo aos seus clientes, no senso de aconsellar sobre os métodos ou servizos máis axeitados segundo a idade e necesidades dos rapaces.

Podes considerar a posibilidade da titorización personalizada, deste xeito o neno habitúase á mesma persoa, aprende antes e os pais e nais depositan máis confianza no servizo; incluso podes ofrecerlles aos pais e nais a posibilidade de facer unha entrevista persoal coa persoa que coidará aos seus fillos, cando sexan máis reticentes a deixalos cun servizo deste tipo.

No entanto, debes ter que en conta que a diversificación da oferta ten que dar resposta a un proceso reflexivo no que se analicen as vantaxes e desvantaxes que supón ofrecer servizos adicionais, pois córrese o risco de caer no erro de tentar abranguer demasiadas liñas. Así, recoméndase que en principio tentes centrarte na prestación de servizos que podas facer ben.

As características ou atributos fundamentais do produto/servizo que deberá ter o servizo de canguros políglotas son:

- Eficiencia no servizo.
- Boa relación calidade/prezo.
- Innovación nos métodos de aprendizaxe.
- Cultura.
- Lúdico.
- Pedagóxico.

III. Diferenciación e posicionamento

É importante ter clara cal é a diferenza ou vantaxe competitiva do teu produto con respecto aos da competencia. Para iso debes reflexionar sobre os aspectos positivos e os negativos dos produtos propios e alleos, e definir cal será o posicionamento da túa empresa no mercado.

O posicionamento consiste en definir a imaxe que se quere conferir ao negocio, coa intención de que o público obxectivo perciba e aprecie a diferenza competitiva da empresa sobre outras. Acadar un posicionamento na mente do cliente de xeito claro é unha fortaleza fundamental, sintetiza a imaxe da empresa, do produto ou da marca. Por iso, deberás definir cal será o teu posicionamento no mercado, determinando o plano de actuación en base aos seguintes elementos:

- Atributos do produto: deseño dun conxunto significativo de diferenzas que permita distinguir os produtos da empresa dos da competencia.
- Atributos do servizo: diferenciación no subministro ou forma de execución dos servizos, oferta de servizos adicionais que incrementen o valor engadido do produto no mercado, etc.
- Relación calidade/prezo: definición dos estándares de calidade apropiados en relación ao prezo do produto, calidade dos produtos e servizos dos competidores, etc.
- En relación ao competidor: calquera tipo de particularidade da empresa susceptible de ser potenciada fronte aos competidores (facilidades horarias,prezos,etc).
- En relación ao cliente: selección dun segmento de mercado desatendido polos competidores.

- Características da empresa: aspectos relativos á organización, “saber facer” da empresa...

Neste senso aconséllase ofertar unha serie de actividades, coñecementos e flexibilidade tanto horaria coma educativa que nos permitan diferenciarnos do resto de competidores.

3. Cal é a clientela potencial?

Para saber cal será o público obxectivo ao que terás que dirixir a actividade da túa empresa, deberás definir previamente cal é o perfil do cliente en función das principais variables de segmentación. A segmentación é un proceso de división do mercado en subgrupos homoxéneos (por ter en común os mesmos desexos, poder adquisitivo, localización xeográfica ou actitude e hábitos fronte á merca, etc.), co obxectivo de levar a cabo unha estratexia comercial diferenciada para cada un deles. Deste xeito lógrase compracer, dunha maneira máis efectiva, as súas necesidades e acadar mellores resultados para a empresa.

Para calcular o tamaño de mercado que terá a túa empresa deberás ter en conta o tipo de público obxectivo que terás, os hábitos de consumo deste segmento de mercado e os competidores existentes, definindo a situación idónea para o teu negocio.

NENOS SEGUNDO IDADE		
	Santiago de Compostela	Galicia
De 0 a 4 anos	3.540	101.014
De 5 a 9 anos	3.469	99.198
De 9 a 14 anos	3.814	112.212
TOTAL	10.823	312.424
<i>Fonte: IGE Padrón municipal de habitantes, 2006</i>		

A clientela dun servizo de canguros políglotas, está formada fundamentalmente por particulares. Neste caso o perfil da clientela abrangue a familias con nenos entre 1 e 10 anos, cun nivel de renda medio e un nivel cultural medio- alto.

Se consideramos ás academias de idiomas, a clientela potencial sería moito mais ampla xa que abarcaría todos os nenos/as comprendidos entre os 3 e os 14 anos pertencentes a todo tipo de niveis de renda, aínda que neste sector o grao de competencia sería maior, xa que hai un número bastante elevado de academias de idiomas na comarca. No entanto, as academias dedicadas exclusivamente a nenos son moi poucas. Por outra banda o número de nenos en idade escolar na comarca de Santiago, é o suficientemente elevado para este sector de poboación como clientela potencial .

Alumnos segundo tipo de centro: Santiago de Compostela

Curso Académico	Educación infantil	Educación primaria	Educación secundaria obrigatoria	Postobrigatoria
2000-2001	2.426	5.851	5.645	8.281
2001-2002	2.494	5.694	5.389	6.544
2002-2003	2.526	5.574	5.180	5.877
2003-2004	2.630	5.495	5.039	6.077
2004-2005	2.642	5.405	4.964	5.602

Fonte: Instituto Galego de Estatística

Variación interanual (%)

Curso Académico	Educación infantil	Educación primaria	Educación secundaria obrigatoria	Postobrigatoria
2000-2001/2001-2002	2,7	-2,8	-4,8	-26,5
2001-2002/2002/2003	1,3	-2,2	-4,0	-11,3
2002-2003/2003-2004	4,0	-1,4	-2,8	3,3
2003-2004/2004-2005	0,5	-1,7	-1,5	-8,5

Fonte: Instituto Galego de Estatística

Outro tipo de clientela serían os visitantes estranxeiros que veñen en familia. Neste caso este tipo de poboación obxectivo experimentou un aumento dun punto do ano 2005 ao 2006.

Compañía da viaxe a Santiago (en %)

	2005	2006
Só	19,5	17,4
En parella	32,5	33,7
Coa familia	17,9	18,8
Con amigos	16,5	21,9
En grupo organizado	9,6	7
Con compañeiros de traballo	3,8	1,2

Fonte: Centro de Estudos e Investigacións Turísticas

Como se pode concluír, a clientela potencial do servizo de canguros políglotas é diversa xa que pode abranguer a un gran número de pais e nais que poden ser residentes na zona ou turistas

- Particulares: principalmente pais e nais na procura de coidadores ou educadores para os seus fillos.

Neste senso o lixeiro ascenso na natalidade constitúe un factor a ter en conta á hora de calcular a nosa clientela potencial. As seguintes entidades poderían ser clientes tanto en canto contraten servizos de guía turístico pola cidade ou clases de idiomas.

- Institucións: principalmente institucións de Santiago e das proximidades, no caso das guías turísticas, que soliciten excursións dos nenos e nenas polo casco histórico.

Centros docentes segundo a ensinanza que imparten: Santiago de Compostela	
	Frecuencia
Educación infantil e/ou pimaría	30
Educación secundaria obrigatoria	0
Educación infantil e/ou primaria e secundaria obrigatoria	4
Educación postobrigatoria	7
Educación infantil e/ou primaria e secundaria e postobrigatoria	6
Educación secundaria e postobrigatoria	10

Fonte: Instituto Galego de Estadística.

Outro tipo de clientes potenciais aos que podemos dirixir a nosa oferta son:

- Granxas escola
- Escolas de tempo libre
- Empresas de tempo libre
- Empresas de animación sociocultural, etc.

Este tipo de actividades encádranse no epígrafe 42 do código CNAE, correspondentes ás Actividades recreativas, culturais e deportivas. Segundo o directorio de empresas do Instituto Galego de Estadística, en Galicia existen 1.956 empresas dedicadas a estas actividades, das cales 216 se sitúan na comarca de Santiago. Porén, este tipo de actividade está a experimentar unha evolución moi positiva nos últimos anos, no período comprendido entre o ano 2001 e o 2006, o número de empresas de Actividades recreativas, culturais e deportivas medrou na comarca de Santiago un 44 % como media.

Actividades, recreativas, culturais e deportivas						Var.
	2001	2002	2003	2004	2006	2001/2006
GALICIA	1.419	1.504	1.571	1.736	1.956	38%
Ames	21	17	22	26	30	43%
Boqueixón	1	1	1	1	2	100%
Brión	9	9	11	10	10	11%
Santiago	102	107	101	115	143	40%
Teo	13	19	18	25	23	77%
Val do Dubra	2	3	2	2	1	-50%
Vedra	2	2	2	3	7	250%
TOTAL COMARCA	150	158	157	182	216	44%

Fonte: IGE. Directorio de empresas e unidades locais

A clientela do servizo de canguros políglotas, está formada maioritariamente por clientes particulares. No entanto, é difícil determinar o perfil do cliente, xa que abarca tanto homes como mulleres de moi diferentes niveis socioeconómicos e de moi diversa idade. Este tipo de clientes soe solicitar os servizos caracterizadas pola súa estacionalidade (sobre todo nos meses de verán), trátase de servizos que tentan satisfacer as necesidades de ocio e entretemento para os nenos, cubrindo necesidades educativas e de tempo libre.

4. Cales son os meus competidores

Entender a competencia é parte fundamental do crecemento do negocio. As estratexias de promoción e o éxito nas vendas están influídos pola capacidade da que se dispoña para facer distinguir o negocio propio sobre os demais.

Para que se poida superar a competencia, é necesario coñecer cal é a competencia e que están facendo. É recomendable que se identifique a área xeográfica que cobren e a principal vantaxe que lles permitiu gañar mercado, xa que con esta información se poderá determinar con maior facilidade as estratexias de posicionamento que se deberán seguir para entrar e poder desenvolverse no mercado.

Ao identificar aos competidores, é importante saber que estes poden ser directos ou indirectos.

Competidores directos:

Os competidores directos ofrecen os mesmos produtos ou servizos no mesmo ámbito xeográfico, satisfacendo necesidades idénticas ou moi similares as que se quere satisfacer co produto ou servizo que se ten pensado comercializar.

Así mesmo, non bastará con analizar o volume total de competidores do mercado, senón que tamén se deben considerar outros factores, tales como a fortaleza dos negocios, o tipo de clientes a quen venden ou a carteira de produtos das empresas competidoras. Se ben estas empresas poden ser moi produtivas, pode que estean desatendendo algunhas áreas do mercado e, polo tanto, deberase capturar ese mercado proporcionando certo servizo ou ben, dirixíndose a un tipo particular de consumidor.

GARDERÍAS EN GALICIA	
Provincias	Empresas
A Coruña	109
Lugo	21
Ourense	18
Pontevedra	78
TOTAL	226
<i>Fonte: Consellería de Familia, Xuventude, Deporte e Voluntariado, 2004</i>	

As garderías son un dos principais competidores porque ofertan un produto similar, ademais moitas delas están subvencionadas polo que resultan máis económicas para as familias e isto sería un dato a ter en conta.

Competidores indirectos:

Os competidores indirectos son aquelas empresas que ofrecen produtos ou servizos que, polas súas características, poden substituír aos propios da actividade, dirixíndose ao mesmo mercado de referencia.

Os competidores identificados son os seguintes:

- As academias de idiomas, que segundo Camerdata habería 116 en Santiago e comarca, aínda que ningunha delas estaría especializada nun público infantil, poderían ter algún programa para nenos.
- Ludotecas: son centros de ocio infantil concibidos co propósito de cumprir unha función educativa, social e cultural e dirixidos para nenos de entre dous e doce anos. Trátase de educar a través de xogos e xoguetes. En Galicia hai actualmente unhas 65 empresas dedicadas a esta actividade (ludotecas, centros de ocio infantil e outros servizos recreativos dedicados á infancia), das que aproximadamente o 60 % se sitúan na provincia de A Coruña.
- Parques infantís: Son centros de xogo e estruturas de psicomotricidade que ofertan actividades lúdicas aos nenos de entre un e doce anos. En Galicia existen 46 parques infantís, dos cales o 35 % se atopa na provincia de A Coruña.

Concretamente na comarca de Santiago identifícanse un total de 6 ludotecas e parques infantís, repartidos da seguinte maneira segundo o concello de situación:

Ludotecas e parques infantís	
Ames	3
Boqueixón	0
Brión	0
Santiago	2
Teo	1
Val do Dubra	0
Vedra	0
TOTAL COMARCA	6
<i>Fonte: Censo de empresas Camerdata</i>	

- Garderías: diríxense á poboación infantil menor de 3 anos e dependen actualmente da Vicepresidencia da Igualdade e do Benestar.
- Escolas infantís: diríxense á poboación de 3 a 6 anos e dependen da Consellería de Educación e Ordenación Universitaria. Como se observa na seguinte táboa en Santiago de Compostela se sitúan 30 Centros de educación infantil e/ou primaria que constitúen os nosos clientes potenciais. Ademais o incremento na natalidade nos pasados anos, provocou como se observa na táboa un aumento do 8,9 % dos nenos matriculados en educación infantil no período 2000-2005.

Garderías e escolas infantís na comarca de Santiago de Compostela	
Concello	Entidades
Ames	5
Boqueixón	1
Brión	1
Santiago de Compostela	19
Teo	5
Val do Dubra	1
Vedra	1
TOTAL	33
Fonte: Mapa de Recursos Educativos de Galicia.	

- Particulares que ofrezan servizos de canguros: moitas persoas se ofrecen como canguros por horas e tendo en conta que non soportan os mesmos gastos que soporta unha empresa, o seu prezo pode ser moi competitivo. Coma non hai datos oficiais do número de canguros que traballan na comarca de Compostela non se pode contabilizar a súa incidencia no mercado.

Do mesmo xeito, débese analizar a existencia de competidores potenciais, empresas que aínda que no presente non ofrezan produtos ou servizos similares no mesmo ámbito xeográfico, pola súa natureza poderán ofrecelos no futuro. Para evitar que estas empresas acaparen unha parte importante do público obxectivo tratarase de reforzar o posicionamento no mercado, fortalecendo a imaxe de marca a través dunha correcta planificación da estratexia de mercadotecnia.

5. Como vender o produto ou servizo

I. Como colocar o servizo no mercado

A distribución é un elemento da mercadotecnia mix que ten como obxectivo poñer o produto ou servizo a disposición do cliente final na cantidade demandada, no momento no que o necesite e no lugar onde desexe adquirilo. Existen múltiples canles de venda que podes empregar para facer chegar o teu servizo ao cliente final, existindo a posibilidade de compatibilizar varias canles á vez.

Unha decisión estratéxica fundamental para a empresa é decidir a rede de distribución empregada para comercializar os servizos. Para facer unha correcta selección das canles de distribución deberás valorar unha serie de factores fundamentais:

1. O tipo de público obxectivo ao que te queres dirixir.
2. A incompatibilidade de certas canles de distribución, en función do mercado de referencia.
3. As marxes comerciais da empresa variarán en función das canles de distribución empregadas, posto que os recursos necesarios e os custos asociados a cada canle de distribución son diferentes (custos en publicidade, comunicación, persoal da rede de vendas, etc.).

Os clientes aos que te podes dirixir son colexios, os concellos e particulares.

Poderás adoptar acordos cos colexios para realizar as actividades extraescolares. Ten en conta que se fas un bo traballo, servirache como referencia para aquelas familias que busquen actividades fóra do colexio ou de coidado dos nenos.

Tamén poderás establecer convenios co concello para realizar actividades ao aire libre con visitas guiadas nas vacacións de verán como unha alternativa ao ocio dos nenos.

Ademais, podes dirixirte aos pais presentando a túa actividade como un complemento ás actividades escolares ou como unha alternativa interesante no caso de que estes traballen.

II. Como fixar o prezo do produto ou servizo

O prezo é unha variable fundamental dentro da estratexia de mercadotecnia mix, xunto co produto ou servizo, a distribución e a promoción. Deste xeito, o prezo chega a sintetizar e moitos casos, a política comercial da empresa.

Ademais desta primeira consideración, debes ter en conta que o prezo é unha variable que ten unha repercusión directa sobre os ingresos, xa que en moitos casos determina a decisión de compra do cliente, e polo tanto repercutirá nos futuros ingresos do negocio.

Existen varios métodos para a fixación dos prezos, no entanto en primeiro lugar debes ter en consideración os seguintes aspectos:

- Neste tipo de servizos, a forma máis usual de fixar o prezo é con referencia ao tempo de duración da prestación do servizo. O máis habitual é o prezo por horas, é dicir, cóbrase polo número de horas que se presta o servizo.
- Prezos da competencia: recoméndase facer unha pequena investigación de mercado acerca das empresas que están competir ca túa (academias, servizos de canguros e guías) neste senso poderanche orientar sobre a política de prezos a empregar, así como doutros aspectos que che poderán ser de utilidade.
- Ademais, no caso de academia de idiomas, podes establecer distintas tarifas en función de se os nenos van a un curso enteiro ou se acoden varios membros da unidade familiar (bono familiar).

III. Como captar aos clientes

As promocións son un instrumento idóneo para incrementar o valor aportado aos clientes, polo que a empresa, en función das súas capacidades distintivas e recursos deberá formular unha estratexia que lle permita adaptarse ao entorno competitivo.

O primeiro paso na estratexia de promoción consiste na creación da imaxe corporativa da empresa, que deberá ser acorde co posicionamento adoptado pola mesma no mercado. As promocións poden influír na imaxe do produto, polo que resulta imprescindible analizar o impacto que producen para obter un efecto positivo. Con esta imaxe definirás, por exemplo, o que vai ser o aspecto interior e exterior do negocio.

Neste senso debes planificar os elementos de comunicación a empregar:

- Rótulo: o rótulo exterior xoga un papel fundamental, xa que é unha forma de actuar directamente sobre os posibles clientes (os pais e nais dos nenos). Neste senso debe ser vistoso e acorde co posicionamento do negocio.
- Interior do local: trátase dun elemento moi valorado pola clientela. A iluminación debe ser correcta e a decoración atractiva para os máis novos e que inspire confianza e seguridade nos pais.
- Reparto en caixas de correo: o reparto de folletos e catálogos polo barrio axudaranos a dar a coñecer os nosos servizos. Do mesmo xeito, a difusión das nosas actividades tanto polas casas do barrio como polas institucións educativas pode ser unha potente ferramenta de promoción.
- Novas tecnoloxías: a utilización de novas tecnoloxías como elemento de comunicación e promoción transmite unha imaxe moderna da empresa, ademais de constituír unha forma sinxela para achegar á clientela aos teus servizos. A páxina web deberá ser atractiva, onde expoñas un completo catálogo con fotos das instalacións e dos servizos, promocións, calendario de actividades semanais, etc.
- Labor comercial: durante os primeiros meses é importante dedicar tempo a visitar o mercado obxectivo, sobre todo no caso das institucións educativas. Neste senso dar a coñecer os teus produtos e servizos pode axudarte a conseguir clientes e establecer acordos.
- Descontos: o desconto por volume de horas, que implica unha redución no prezo canto maior é o número de horas que o neno goza de calquera servizo da empresa. Outro tipo de desconto sería por volume, número de familiares que se matriculen nun curso de idiomas.
- Obsequios: reparto entre os nenos obsequios co logotipo ou nome da empresa que cumpran unha función publicitaria (bolígrafos, calendarios, etc.)
- Outros elementos tamén moi utilizados son o papel impreso co logotipo do local, os anuncios en directorios comerciais e o reparto de folletos (representan una forma axeitada de presentar os servizos), que poden axudar á captación de clientes potenciais.
- Oficina de turismo: a promoción e información dende as oficinas de turismo da cidade servirá para que os visitantes e turistas coñezan o servizo de guías e canguros políglotas e podan gozar dos seus servizos durante a súa estancia na cidade.

Ademais debes ter en conta que os colexios poden actuar como prescritores, recomendando os teus servizos aos pais e nais que busquen actividades complementarias para os seus fillos.

Por último cabe destacar que a mellor forma para dar a coñecer a túa empresa entre a xente da zona é o *boca a boca*, que é unha ferramenta óptima para difundir a túa imaxe de negocio. Neste senso, o boca a boca é unha ferramenta de custo cero para o empresario, no entanto, para que sexa efectivo, pais, nais e fillos/as deben estar totalmente satisfeitos co servizo prestado, de xeito que deberás coidar especialmente estes aspectos.

6. Recursos necesarios

I. Recursos técnicos

Os recursos técnicos a dispoñer para a creación do servizo de canguros políglotas son en primeiro lugar as instalacións.

As instalacións dunha empresa deste tipo así como as súas dimensións medias, serían :

Instalacións	
	m ²
Aulas	110
Sala de actividades	25
Oficina	10
Almacén	12
TOTAIS	157
<i>Fonte: Elaboración propia</i>	

Para a selección do local comercial hai que ter en conta a súa situación, neste senso sería recomendable situar o local nunha rúa céntrica, con tránsito de xente e preferiblemente próxima a algún parque, praza ou colexio.

As aulas contarán con encerados, mesas e alfombras para realizar os xogos. En caso de que no local se realice tamén algunha actividade complementaria como organización de obradoiros, contacontos, obras de teatro ou outras actividades sería necesario habilitar unha zona libre para a realización das mesmas.

É moi importante o material didáctico do que se van dotar as aulas, como murais temáticos, andeis con contos en distintos idiomas, dicionarios, libros baseados en imaxes e sons, etc.

Nalgunhas ocasións pódese negociar cos provedores para que faciliten expositores así como carteis e outros elementos de merchandising que axudarán na decoración do establecemento.

Ademais, no que se refire aos medios informáticos é aconsellable dispoñer dos seguintes elementos:

- Ordenador.
- Teléfono.
- Caixa rexistradora.
- Datáfono.
- Conexión a internet.

II. Recursos humanos

A estrutura organizativa máis habitual é conformada por cinco persoas, o xerente e catro empregados, de xeito continuo, nas épocas nas que haxa máis demandas contrataríase de xeito eventual a algunha persoa máis para algún dos servizos ofertados.

Na empresa tipo (formada polo xerente e catro empregados), o xerente asume a xestión do negocio, o trato cos provedores, ademais de colaborar nas funcións de atención ao cliente. Os empregados faranse cargo da prestación dos servizos habituais dun canguro, dun profesor de inglés ou dun guía turístico segundo as funcións que expresamente se lle encomende a cada un.

Polo que respecta ás funcións administrativas, é habitual que as máis sinxelas sexan levadas a cabo polo xerente ou o empregado, mentres que outras funcións máis especializadas, como a contabilidade, sexan subcontratadas a unha xestoría.

Un primeiro punto a ter en conta á hora de iniciar unha actividade empresarial deste tipo é unha autoanálise das características persoais do/a emprendedor/a, que servirá para delimitar os puntos fortes e febles, e que faga posible establecer as solucións axeitadas (ben sexan formativas ou doutro tipo).

Un/unha emprendedor/a debe posuír un conxunto de habilidades prácticas centradas en tres campos:

- Trazos da personalidade- actitudes (habilidades persoais): entre estes sería recomendable contar con características como iniciativa, decisión, asunción de riscos, confianza, visión crítica, ilusión, etc. En realidade trátase dunha serie de comportamentos ideais que poden ser aprendidos.
- Relacións interpersoais (habilidades comerciais): sobre todo nun primeiro momento da creación da empresa, como emprendedor deberás asumir a labor comercial que

achegue a clientela ao teu establecemento, polo que deberás cultivar as túas aptitudes negociadoras, técnicas de venda, etc.

- Habilidades dentro da propia organización (habilidades organizativas): como xerente deberás contar con capacidade organizativa e de coordinación, adaptación aos cambios, liderado...

Así mesmo, recoméndase que o/a emprendedor/a posúa unha serie de coñecementos, adquiridos a través da súa formación ou experiencia previa. En concreto, antes de iniciar a experiencia empresarial deberías contar con:

- Formación específica para a xestión e/ou posta en marcha dunha empresa.
- Coñecemento global dunha empresa e/ou desempeño de tarefas nas súas diferentes áreas.
- Formación técnica, directiva ou laboral no sector da actividade propio da empresa que vaia constituírse. Neste senso, cómpre ter coñecementos sobre áreas educativas (filoloxía inglesa, puericultura, pedagogía, educación social, educación infantil, animación sociocultural, etc.).

Con respecto á contratación de persoal, debes considerar que a característica máis valorada polos empresarios do sector para seleccionar un traballador para este tipo de establecemento, é a aptitude para o trato co público. Isto é debido a que a atención ao cliente é un aspecto moi importante neste tipo de negocios. Recoméndase que teñas en conta na contratación de persoal a formación e a experiencia en canto ao trato cos rapaces.

Os coñecementos específicos necesarios para o desempeño da actividade dependerán das funcións que se leven a cabo dende o establecemento. Aínda que se recomenda escoller perfís diferentes para poder ofrecer unha formación multidisciplinar para os nenos noutros idiomas.

Por último, o xerente deberá ter coñecementos específicos (mercadotecnia, merchandising, xestión da PEME, atención ao cliente etc). Por outra banda, se o establecemento inclúe a organización de actividades para nenos/as, o encargado da xestión das mesmas (xa sexa o xerente ou o empregado) deberán posuír habilidades comunicativas e pedagóxicas.

III. Recursos económicos

Para comezar a actividade se precisa dispor de certos recursos económicos cos que afrontar o pago das instalacións e un stock inicial de material didáctico e outros materias. Ademais hai que ter en conta a posibilidade de que nos primeiros meses, mentres a empresa non estea asentada no mercado, a actividade non xera os ingresos suficientes para facer fronte aos pagos (alugamento, soldos, etc.) polo que debes dispoñer de certa cantidade de cartos en efectivo para afrontar os gastos dos primeiros meses de vida da empresa. Este conxunto de recursos é o que se denomina investimentos.

Cada actividade precisa dun investimento inicial distinto dependendo das súas necesidades de recursos, tecnoloxía incorporada, etc.

A suma dos investimentos indicará a cantidade de cartos necesarios para comezar a actividade.

Para calcular os recursos económicos que se precisan para iniciar a actividade é necesario saber que elementos e equipos se necesitan e cal é o seu prezo. Tamén é preciso que calcular cantos cartos se gastan dende a constitución da empresa ata aproximadamente o final do terceiro mes de actividade.

Os investimentos medios que se precisan para por en marcha un establecemento deste tipo son os seguintes:

Investimento inicial estimado	
Concepto	Importe
Acondicionamento do local	18.000 €
Mobiliario	6.000 €
Equipos informáticos	1.700 €
Material didáctico	12.000 €
Tesouraría inicial	11.000 €
TOTAL	48.700 €
Fonte: Elaboración propia	

Para realizar estes cálculos deberás poñerte en contacto con empresas proveedoras de material didáctico, equipos informáticos, etc., co fin de que che faciliten un orzamento e poidas calcular o teu investimento inicial de xeito máis preciso.

7. Análise económico- financeira

I. Cálculo dos gastos

Para determinar a rendibilidade do teu negocio deberás coñecer a información de cales son os gastos nos que vas a incurrir e os ingresos que prevés obter. O beneficio ao que chegarás será a diferenza entre os dous.

Os gastos que terás que afrontar dependerán non só da actividade que realices senón tamén do tamaño do teu negocio.

En primeiro lugar debes diferenciar entre os gastos variables, aqueles que varían en función do nivel de actividade da empresa, e os gastos fixos, os que non varían e son independentes do nivel de actividade.

Nunha empresa de servizos de canguros políglotas, o gasto variable é mínimo e corresponde a consumo por explotación, estimando que supón o 3% das vendas.

Por outra banda, os principais gastos fixos veñen dados polos gastos de persoal e o alugamento do local, entre outros.

Os seguintes datos de gastos anuais foron obtidos por estimación sobre datos doutras empresas tipo:

GASTOS ANUAIS ESTIMADOS	
Concepto	Importe
Consumo de explotación	3.180 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	3.180 €
Gastos de persoal (soldo + SS)	68.700 €
Alugamento do local	14.400 €
Subministrados *	3.000 €
Comunicacións **	2.500 €
Publicidade	2.000 €
Servizos de profesionais independentes	1.200 €
Gastos financeiros	1.461 €
Seguros	1.000 €
Amortizacións	2.012 €
TOTAL GASTOS FIXOS	96.273 €
TOTAL GASTOS ANUAIS	99.453 €
* Inclúe: luz e auga	
** Inclúe: Teléfono, fax e Internet	
Fonte: Elaboración propia	

O gasto de persoal inclúe o soldo bruto do emprendedor (1.200 euros) (14 pagas), de dous profesores a media xornada (520 euros) (14 pagas), dun guía turístico a media xornada (500 euros) (14 pagas), dun canguro a xornada completa (900 euros) (14 pagas) e de dous traballadores eventuais (guía e canguro), (500 euros) (14 pagas) contratados nos meses de maior afluencia de visitantes á cidade e nos meses nos que a demanda do servizo de coidado de nenos aumenta. O importe que resta ata acadar o gasto estimado corresponde aos gastos de seguridade social.

Calculouse un alugamento medio de 1.200 euros, pero deberás ter en conta que os prezos sofren variacións segundo a zona onde te sitúes.

Os gastos financeiros calculáronse para o suposto de que o emprendedor financia a metade do investimento e para a outra metade solicita un préstamo de 24.350 euros ao 6 %.

II. Estimación de ingresos

Unha vez determinados os gastos deberás realizar unha estimación de ingresos. Para calcular os ingresos medios mensuais ou anuais debes ter en conta, en primeiro lugar, o prezo da prestación do servizo e, en segundo lugar, o nivel de ocupación da academia e o número de clientes que demanda os servizos de guía e canguro.

Segundo as estimacións doutras empresas do sector, o ingreso medio anual dunha empresas de servizos de canguros políglotas estímase da seguinte maneira:

Academia de idiomas:

Durante o curso lectivo estímase unha media de 6 grupos de 15 nenos, a 70 euros ao mes:

$6 \text{ grupos} \times 15 \text{ alumnos} \times 9 \text{ meses} \times 70 \text{ euros} = 56.700 \text{ euros}$

Nos meses do verán este servizo é menos demandado, polo tanto estímase 2 grupos de 15 alumnos:

$2 \text{ grupos} \times 15 \text{ alumnos} \times 3 \text{ meses} \times 70 \text{ euros} = 6.300 \text{ euros}$

Servizo de guías:

Nos 3 meses de verán, estímase unha media de 10 nenos por día, a 15 euros o servizo:

$10 \text{ nenos} \times 3 \text{ meses} \times 30 \text{ días} \times 15 \text{ euros} = 13.500 \text{ euros}$

O resto do ano estímase unha media de 3 nenos por día:

$3 \text{ nenos} \times 9 \text{ meses} \times 30 \text{ días} \times 15 \text{ euros} = 12.150 \text{ euros}$

Servizo de canguros, a 10 euros a hora.

Estímase unha media durante os meses de Nadal e vacacións de 18 horas ao día.

A tempada de Nadal está composta por 30 días repartidos no mes de decembro e a primeira semana de xaneiro e a tempada de vacacións está composta por 48 días repartidos nos meses de xullo e agosto. En total 78 días.

$18 \text{ horas} \times 78 \text{ días} \times 10 \text{ euros/hora} = 14.040 \text{ euros}$

O resto do ano, que suman 287 días, estímase una media de 5 horas ao día:

$5 \text{ horas} \times 287 \text{ días} \times 10 \text{ euros/hora} = 14.350 \text{ euros}$

III. Conta de resultados

Unha vez determinados os gastos e os ingresos xa podemos determinar a conta de resultados estimada:

CONTA DE PERDAS E GANANCIAS	
Concepto	Importe
INGRESOS	117.040 €
Ingresos de explotación	117.040 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	3.180 €
Consumo de explotación	3.180 €
INGRESOS-GASTOS VARIABLES	113.860 €
TOTAL GASTOS FIXOS	96.273 €
Gastos de persoal (soldo + SS)	68.700 €
Alugamento do local	14.400 €
Subministrós	3.000 €
Comunicacións	2.500 €
Publicidade	2.000 €
Servizos de profesionais independentes	1.200 €
Gastos financeiros	1.461 €
Seguros	1.000 €
Amortizacións	2.012 €
RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	17.587 €
% sobre volume de vendas	15,03%
Fonte: Elaboración propia, Ardán	

IV. Como conseguir fondos

O financiamento do teu negocio podes facelo a través de recursos propios (os achegados polo emprendedor) ou de recursos alleos (préstamos, créditos, etc.). Normalmente os emprendedores non posúen os recursos propios necesarios para poder financiar totalmente a posta en marcha do seu negocio polo que teñen que buscar outras fontes de financiamento. A busca do financiamento necesario é o primeiro reto ao que te debes enfrontar.

Neste suposto estimouse que os fondos propios e alleos se reparten ao 50 %. O préstamo concédese a un tipo de xuro do 6 % e un prazo de amortización de 7 anos.

Neste tipo de empresas o cobro realízase ao contado cando se trata de clientes particulares no servizo de canguros ou guías, e no caso de curso de idiomas o cobro realízase cada 30 días.

No caso que os clientes sexan as administracións públicas o cobro pode retrasarse ata 60 días ou incluso máis.

A hora de buscar financiamento alleo para iniciar a túa actividade empresarial debes estudar as fontes de financiamento existentes, entre as que cabe destacar as seguintes:

- Financiamento bancario: préstamos e créditos, leasing, renting, etc. É importante que compares os tipos de xuro e comisións entre os distintos bancos. Aínda que a dimensión da túa empresa sexa pequena non debe descoidarse a negociación das condicións.

Deberás ter en conta que a acumulación de operacións coa mesma entidade pode repercutir nun mellor prezo, relacións máis estreitas e maior implicación do banco pero, ao mesmo tempo, traballar cun só banco pode crear unha excesiva dependencia do mesmo.

- Subvencións e axudas: as administracións públicas para facilitar o acceso das Pemes ao financiamento teñen acordos coas entidades financeiras polo que é posible obter préstamos a tipos de xuro moi baixos. Tamén existen subvencións a fondo perdido, é dicir, que non hai que devolver os cartos. No caso de que sexas beneficiario dunha subvención deberás ter en conta que esta non se percibe no momento da solicitude senón que se demora no tempo, polo que deberás recorrer a outro tipo de financiamento para comezar.

- Sociedades de garantía recíproca: Afigal e Sogarpo proporcionan avais aos emprendedores, o que facilitará o acceso ao financiamento a longo prazo.

8. Perfil da empresa tipo

A empresa de canguros políglotas que se describe nesta microguía, compaxina o servizo de coidado e atención dos máis pequenos con actividades lúdicas e de aprendizaxe de idiomas.

A continuación, móstrase as características dunha empresa de canguros políglotas tipo, e que se describiu nesta microguía:

DATOS DUNHA EMPRESA DE SERVIZO DE CANGUROS POLÍGLOTAS TIPO	
CNAE/ SIC/ IAE	80.422/82 Servizos educativos/933.9 Outras actividades de ensinanza
CONDICIÓN XURÍDICA	Autónomo
FACTURACIÓN	117.040 €
LOCALIZACIÓN	Núcleos urbanos preto de centros escolares
PERSOAL E ESTRUTURA ORGANIZATIVA	Un emprendedor e catro empregados
INSTALACIÓNS	160 m²
CLIENTES	Pais e nais con nenos/as de idades comprendidas entre 2 e 12 anos. Colectivos e institucións como colexios ou concellos. Clases de inglés para nenos mediante xogos, contos, cancións, etc. Coidado de nenos a domicilio con posibilidade de clases de idiomas e tamén guía turística políglota para nenos/as
CARTEIRA DE PRODUTOS	Boca a boca, folletos, anuncios en prensa, páxinas amarelas, buzoneo, descontos por volumen de horas, etc
FERRAMENTAS DE PROMOCIÓN	
VALOR DO INMOBILIZADO/ INVESTIMENTO	48.700 €
IMPORTE DE GASTOS	48.700 €
RESULTADO BRUTO	15,03%

9. Trámites para a posta en marcha

Na diagnose sobre o pequeno comercio de Santiago, no apartado 10 marco normativo, á túa disposición na Concellaría de Promoción Económica e Comercio do Concello de Santiago, podes obter información sobre:

1. Trámites para a posta en marcha
 - 1.1 Trámites xerais
 - 1.2 Trámites específicos
2. Formas xurídicas
3. Modalidades de estimación do rendemento da actividade
4. Aspectos relativos a Seguridade Social

10. Cal é a normativa aplicable?

I. Normativa xeral

Estatal:

- Código ético de CECAP: O presente Código Ético recolle unha serie de normas de actuación que os centros de formación non regrada teñen que seguir en pro da calidade da súa actividade e dos dereitos de todas as partes que interveñen na mesma.
- Real Decreto 1774/2004, de 30 xullo. Menores Responsabilidade: Aproba o Regulamento da Lei Orgánica 5/2000, de 12-1-2000 (RCL 2000\90), reguladora da responsabilidade penal dos menores.
- Resolución de 23 xaneiro 2004. Ensinanza en Xeral: Dispón a inscrición no rexistro e publicación do V Convenio Colectivo de Ensinanza e Formación non Regrada (código Convenio número 9908825)

II. Normativa específica

Europea:

- Directiva 2005/36/CE, de 7 setembro. Recoñecemento de Diplomas e Títulos. Recoñecemento de cualificacións profesionais.

Estatal:

- Real Decreto 278/2003, de 7 marzo. Formación Profesional Específica: Establece o currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de Técnico Superior en Animación Turística.
- Real Decreto 1629/2006, de 29 decembro. Ensinanza de Idiomas: Fixa os aspectos básicos do currículo das ensinanzas de idiomas de réxime especial reguladas pola Lei Orgánica 2/2006, de 3-5-2006, de Educación.

11. Anexos

I. Organismos oficiais

A continuación facilitámosche un listado de organismos oficiais vinculados a túa actividade que che poden ser de utilidade:

CONSELLERÍA DE INNOVACIÓN E INDUSTRIA- DIRECCIÓN XERAL DE COMERCIO

Edificios Administrativos San Caetano s/n

15704 Santiago de Compostela

Tel.: 981 545 491

Fax.: 981 545 491

Páxina web: www.conselleriaiei.org/ga/dxcc/

CONSELLERÍA DE TRABALLO

Dirección Xeral de Promoción do Emprego

Edificios Administrativos San Caetano s/n

15704 Santiago de Compostela

Tel.: 981 544 612

Fax.: 981 544 678

E-mail: web.traballo@xunta.es

INSTITUTO GALEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA (IGAPE)

Complexo Administrativo de San Lázaro, s/n

15703 Santiago de Compostela

Tel.: 981 541 175

Fax.: 981 558 844

E-mail: igape@igape.es

Páxina web: www.igape.es

CONCELLARÍA DE PROMOCIÓN ECONÓMICA, EMPREGO E COMERCIO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Estadio Multiusos San Lázaro, Porta 9. Avenida de Fernando Casas Novoa, 20

Tel.: 981 542 493

Fax.: 981 542 492

CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA E NAVEGACIÓN DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

San Pedro de Mezonzo 44, baixo

15701 Santiago de Compostela

Tel.: 981 596 800

Fax.: 981 590 322

E-mail: ccsantiago@camaras.org

Páxina web: www.camaracompostela.com

II. Asociacións

a) Asociacións xenéricas

FEDERACIÓN GALEGA DE COMERCIO

Ronda da Muralla 52-54

27001 Lugo

Tel.: 982 255 120

Fax.: 982 251 300

E-mail : fgc@comerciogalicia.com

Páxina web: www.comerciogalicia.com

CENTRO COMERCIAL ABERTO COMPOSTELA MONUMENTAL

Rúa do Vilar 29, 2º

Tel.: 981 575 919

Fax.: 981 575 919

Web: www.compostelamonumental.es

E-mail: cmonumen@infor-data.com

FUNDACIÓN SANTIAGO CENTRO- ÁREA COMERCIAL

Rúa Xeneral Pardiñas 12-14, local 6

Tel.: 981 590 106

Fax.: 981 590 106

AGRUPACIÓN DE COMERCIANTES DE SANTIAGO

República de El Salvador, 9, 3^o

Tel.: 981 580 791

Web.: www.comercioacotes.es

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS POLÍGONO INDUSTRIAL DO TAMBRE

Vía Edison, 1, Polígono Industrial del Tambre

Tel.: 981 552 850

Fax.: 981 584 822

Web: www.poligonotambre.com

E-mail: aepit@poligonotambre.com

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE CASILLAS DE ABASTOS (Santiago de Compostela)

Praza de Abastos- Torre Central, baixo

Tel.: 981 583 438

Fax.: 981 583 438

b) Asociaciones de relacionadas coa educación infantil

- Asociaciones de ensinanza

FEDERACIÓN GALEGA DE ACADEMIAS

Avda. de Lugo 2A, baixo

15702 Santiago de Compostela

Tlf.: 981 55 35 84

Fax: 981 55 32 39

E-mail: fega@ctv.es

Página web: www.academias-fega.org

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE MATERIAL

DIDÁCTICO.

Paseo de la Castellana 210, Planta 11, Oficina 10

28046 Madrid

Tlf.: 91 350 42 01

Fax: 91 350 52 37

E-mail: iberdidac@retemail.es

Página web: www.iberdidac.org

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE PEDAGOGOS/ AS DE GALICIA (APEGA)

Apdo. de Correos 2128
15780 Santiago de Compostela
E-Mail: presidente@apega.org
Páxina web: www.apega.org

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE EDUCADORES SOCIAIS DE GALICIA (AESG).

Gomez Ulla 7 - 3º
15702 Santiago de Compostela
Tel.: 981 55 22 06
E-Mail: AESG@infomail.lacaixa.es

ASOCIACIÓN ESTATAL DE EDUCACIÓN SOCIAL (ASEDES)

Aragón 141-143 4ª Planta
08015 Barcelona
Tel.: 934 52 10 08 – 934 52 10 08
E-Mail: asedes@eduso.net

ASOCIACIÓN DE OCIO E TEMPO LIBRE (IMPEESA)

Ronda de Monte Alto 28-7ºD,
A Coruña

ASOCIACIÓN APRENDO XOGANDO

Penarredonda 3, 15170,
A Coruña
Tel.: 981 28 62 77
Fax: 981 28 67 33

SOCIEDAD IBÉRICA DE PEDAGOGÍA SOCIAL

Facultade CC. Educación. Campus Sur.
15703 Santiago de Compostela

ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE CENTROS DE ENSINANZA PRIVADA DA CORUÑA

Punta Arnela, s/n. Usos múltiples, 2º andar
15405 Ferrol
Tel.: 981 33 33 22
Fax: 981 33 33 06
E-mail: aac@academiascoruna.com
Páxina web: www.academiascoruna.com

ASOCIACIÓN LUCENSE DE ACADEMIAS PRIVADAS

Montirón 14-Entrechán

Lugo

Tel.: 981 24 61 62

Páxina web: www.asluac.com

ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS PRIVADAS DE ENSEÑANZA DE OURENSE

Modesto Fernández 4

32205 Ourense

Páxina web: www.apeo.net

ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE PONTEVEDRA

Avda. García Barbón 104

Vigo

Tel.: 986 22 72 41

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CENTROS E ACADEMIAS PRIVADAS

Jacometrezo 15- 5º M

28013 Madrid

Tel.: 91 559 45 00

Fax: 91 559 98 37 E-mail: cecap@cecap.es

Páxina web: www.cecap.es

III. Formación

a) Relacionada coa educación

FACULTADE DE CC. DA EDUCACIÓN

Campus Riazor, A Coruña

Tlf.: 981 16 70 00

Fax: 981 16 71 15

FACULTADE DE CC. DA EDUCACIÓN

Campus Universitario Sur

15782 Santiago de Compostela

Tlf.: 981 56 31 00 Ext.:13879

Fax: 981 54 70 91

FACULTADE DE PSICOLOXÍA

Campus Universitario Sur
15782 Santiago de Compostela
Tlf.: 981 56 31 00 Ext.:13717
Fax: 981 52 18 18

FACULTADE DE CC. DA EDUCACIÓN

Campus Universitario As Lagoas, s/n
32004 Ourense
Tlf.: 988 38 74 00
Fax: 988 38 74 59

FACULTADE DE CC. DA EDUCACIÓN

Avda. Bos Aires, s/n
36002 Pontevedra
Tlf.: 986 80 17 00
Fax: 986 80 17 01

b) Relacionada coa puericultura

a) Formación Profesional

- Ciclo Superior en Educación Infantil

CIFP COMPOSTELA
Lamas de Abade, s/n
15702 Santiago de Compostela
Tel.: 981 523 140
Fax.: 981523 290
Mail: cifp.compostela@edu.xunta.es

- Ciclo Superior en Animación Sociocultural

IES PONTEPEDRIÑA
Amor Ruibal 2
Santiago de Compostela
Tel.: 981 531 013
Páxina web: <http://centros.edu.xunta.es/iespontepedrina>

- Ciclo Superior en Interpretación da Lingua de Signos

CIFP ÁNHEL CASAL- MONTE ALTO

Estrada de Circunvalación

A Coruña

Mail: cifp.anel.casal@edu.xunta.es

Páxina web: centros.edu.xunta.es/cifpanxelcasal/privado/

Tel.: 981210112

Fax: 981210215

b) Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional (Plan FIP)

Cursos Plan FIP: Servizos Socioculturais e á Comunidade				
Código	Curso	Entidade	Dirección	Teléfono
SSCF12	DESEÑO DE MEDIOS DIDÁCTICOS	FORGA - CIG FORMACION OURENSE	Río Mao 29 Baixo	988 373 707
SSCF30	XESTOR DE FORMACIÓN	CONFEDERACION EMPRESARIOS CORUÑA	Plaza de Luis Seoane 11	981 133 702
SSCS10	MONITOR SOCIOCULTURAL	CRUZ VERMELLA ESPAÑOLA	Joaquín Planells, s/n	981 169 163
SSCS20	MONITOR DE EDUCACION AMBIENTAL	FUNDACIÓN DE ESTUDIOS E ANÁLISES	Severino Riveiro Tomé 9	981 522 426
EMCE01	CREACIÓN E XESTIÓN DE EMPRESAS: AUTOEMPREGO	SISTEMA DE ENSEÑANZAS COMPOSTELA	República Argentina 38, 1º	981 553 084

Fonte: Consellería de Traballo

IV: Páxinas web de interese

- Páxinas de recursos educativos

- www.piscolabis.net: de onde se poden obter recursos educativos e orientación didáctica para nenos de ESO.
- www.educasites.net: guía de recursos educativos en internet
- www.educateca.com: portal web educativo con acceso a recursos.
- www.cibereduca.com: para psicólogos, pedagogos e especialistas en didácticas.
- www.educaterra.com: portal educativo que inclúe recursos a diversos niveles: profesorado, alumnos e pais.

- Emprendemento e outras

- www.ipyme.org : Dirección Xeral da Política da PEME.
- www.xesgalicia.com : Sociedade Xestora de Fondos de Capital Risco.
- www.emprenderengalicia.org : Foro Galego do Emprendemento.
- www.emprendia.es : sito dedicado á cultura emprendedora.
- www.maiscompostela.org: páxina da Concellaría de Promoción Económica, Emprego e Comercio.
- www.academias-fega.org: Federación Galega de Academias
- www.cecapi.es: Confederación Española de Centros y Academias Privadas.
- www.cnice.mecd.es/enlaces/portales_educativos.htm : Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa, dependente do Ministerio de Educación y Ciencia.

