

# Academia exporta a España sus clases particulares a domicilio

La empresa francesa inicia la expansión internacional de su concepto de enseñanza a la carta

ROSA CORONILLA Sevilla

Clases particulares de todas las materias a la medida y en el propio domicilio del alumno. Este producto, pero con un enfoque empresarial, es el que quiere extender a España la firma francesa Academia, líder de su sector en el país vecino y que se encuentra en pleno despliegue de su red española. Arranca aquí su expansión internacional, que le llevará también a países como Alemania, Bélgica o Marruecos.

La compañía, que ha fijado en Estepona (Málaga) su sede central española, no vende horas lectivas a precio tasado, sino que diseña un programa individual y unos objetivos a cumplir por parte del alumno, que recibe la visita de un profesor en su casa durante el tiempo convenido o de forma más constante si se opta por las llamadas clases de mantenimiento o de ayuda en los deberes. "Actuamos como los médicos: diagnosticamos el problema y recetamos un programa de enseñanza para cada cliente que nunca es menor a 24 horas totales de clases", explica Thierry Romero, presidente de la empresa, un francés de padres españoles enamorado de la Costa del Sol, como se aprecia en la elección de la sede española de la compañía. El concepto, argumenta, tiene éxito en el 95% de los casos y los precios son muy variables, pudiendo oscilar entre 13 y 30 euros la hora o entre 350 y 500 euros por programa.

El negocio, que mueve en España más de 450 millones de euros y está copado por academias y profesores que suelen operar en la economía sumergida, ha roto moldes en Francia. Academia ha reclutado allí a 30.000



Un grupo de jóvenes solicita información, ayer, en la oficina de Academia en Málaga. JESÚS DOMÍNGUEZ

profesores para dar servicio a 70.000 familias desde que nació en 1989. En su país de origen cuenta con una red de franquicias de 63 agencias y una facturación que alcanzará los 68 millones de euros a final de este año. Su ritmo de crecimiento del 40% anual, entre otras razones, animó a la empresa a cotizar en la Bolsa de París.

En España sus planes se presentan igualmente ambiciosos, ya que empezaron a operar en febrero de este año y en estos momentos disponen de 14 agencias franquiciadas, con unos objetivos a seis años de 50 millones en ventas y una red de 60 o 70 oficinas en localidades con un elevado componente de población de renta media-alta y más de 100.000 habitantes. Cuando Academia alcance este nivel en España, sus promotores también se plantean cotizar en la Bolsa de Madrid, lo que les puede ayudar, según dice Romero, a fusionar sus negocios

**Tras liderar el sector en Francia, pretende cotizar en la Bolsa española y lograr una red de 70 franquicias y 50 millones de facturación**

europeos y a convertir en establecimientos propios la actual red en forma de franquicia.

La compañía, que también opera en Francia en el campo de la limpieza a domicilio, se encuentra en plena operación de reclutamiento de profesores y franquiciados por todo el territorio español. Formar parte de este proyecto requiere una inversión de 65.000 euros por cada nueva oficina.

Thierry Romero confía en el potencial del mercado español, donde está más asentado que en Francia el recurso de las familias a las clases particulares, que en el caso de Academia puede llegar al nivel universitario. Sin embargo, el país vecino juega con la ventaja de la desgravación fiscal de estos servicios. En lo que sí se parecen todos los mercados europeos, según el presidente de la empresa, es en la materia más demandada: las indigestas matemáticas.