

## **1. 0 ÍNDICE DE CONTENIDOS**

<b>1. 0 ÍNDICE DE CONTENIDOS</b>	<b>1</b>
<b>1. 1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>4</b>
DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	4
DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO PROMOTOR	4
<b>1. 2 PLAN DE MÁRKETING</b>	<b>4</b>
PRODUCTO Y SERVICIO	4
Descripción del producto	4
Necesidades que cubre OSLA	4
Aspectos de OSLA	5
MERCADO	5
Donde ofrecer OSLA	5
Target de OSLA	6
Consumidor objetivo, ¿Es el consumidor final el que utiliza el servicio?	6
Estado actual del mercado	6
COMPETENCIA	7
Competencia en el mercado	7
¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de tu competencia respecto a tu producto y servicio?	7
Puntos fuertes de la competencia:	7
Puntos débiles de la competencia:	7
PRECIO	8
Precio de OSLA	8
DISTRIBUCIÓN	9
Como dar a conocer OSLA	9
PREVISIONES DE VENTAS:	10
Método de cálculo de las ventas	10
Tiempo para cumplir las previsiones	11
Cómo comprobar el cumplimiento de previsiones	11
<b>1. 4 PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN</b>	<b>12</b>
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL PERSONAL:	12
Equipo actual	12
Equipo actual:	12
Contrataciones previstas:	12
Organización del trabajo y organigrama	13
Cobro al cliente	14
<b>1. 5 PLAN JURÍDICO-FISCAL:</b>	<b>15</b>
DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA:	15
Forma jurídica de OSLA	15

¿Cómo convertirse en una S.L?	16
Coste	16
ASPECTOS LABORALES DEL EQUIPO PROMOTOR:	16
Régimen del equipo promotor	16
ASPECTOS LABORALES Y SEGURIDAD DE LOS TRABAJADORES:	17
Tipo de contrato	17
PERMISOS Y LICENCIAS:	17
Permisos y Licencias	17
Documentación Oficial	17
COBERTURA DE RESPONSABILIDADES:	18
Seguros a contratar	18
PATENTES Y MARCAS:	18
Patentes en OSLA	18
<b>1. 6 PLAN JURÍDICO-FISCAL:</b>	<b>19</b>
Ingresos esperados	19
Métodos de pago (Cliente -> OSLA)	20
Métodos de pago (OSLA -> Proveedor)	20
<b>1. 7 VALORACIÓN:</b>	<b>20</b>
El éxito de OSLA	20
Puntos fuertes y débiles	21
Oportunidades y amenazas externas	21

## **1. 1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA**

### **DEFINICIÓN DEL NEGOCIO**

**NOMBRE:** OSLA (*Open Source Language Application*)

OSLA es una empresa que se dedica al desarrollo de una aplicación de aprendizaje de idiomas de forma gamificada, esta aplicación es Open Source y su propósito es llegar a un mercado donde el resto de aplicaciones de lenguajes no llegan ofreciendo una experiencia modular, flexible y modulable para que el usuario pueda tomar sus propias decisiones al aprender un idioma

## **DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO PROMOTOR**

Alberto Sánchez Pérez: Estudiante de ENTI - UB en el CFGs de Desarrollo de aplicaciones multiplataforma con perfil de ocio digital y videojuegos. Es el ideador de OSLA, internamente tiene el rol de Programador principal y CEO. Preocupado por el estado del mercado de aplicaciones actual y por la falta de oferta de aplicaciones educativas de calidad gratuitas, decide crear OSLA, intentando dar solución a una necesidad propia.

## **1. 2 PLAN DE MÁRKETING**

### **PRODUCTO Y SERVICIO**

#### **Descripción del producto**

OSLA es una aplicación open source gamificada y una interfaz de aplicación integrada (api) para el aprendizaje de idiomas. Incluye la posibilidad de creación de comunidades de aprendizaje para contactar con hablantes nativos de otros lenguajes, sistemas de recompensas y flexibilidad para la descarga y creación de paquetes de ejercicios y funcionalidades hechas por la comunidad.

#### **Necesidades que cubre OSLA**

El servicio cubre principalmente dos necesidades: la falta de una aplicación intermediaria para el aprendizaje de idiomas, y la falta de una aplicación final para el usuario que cuente con una gran capacidad de ampliación de contenido de forma libre preservando el factor de gamificación, por otro lado también resuelve la falta de comunidades y la dificultad en el contacto de hablantes nativos.

#### **Aspectos de OSLA**

Código abierto, modularidad, posibilidad de forks, aprendizaje de idiomas, gamificación, acceso global, soporte para múltiples idiomas (de forma oficial y de forma comunitaria).

## **MERCADO**

### **Donde ofrecer OSLA**

De dos principales formas:

- A través de una aplicación: suple de forma directa la falta de una aplicación (web, móvil, etc..) que resuelva correctamente todas las necesidades a la hora de aprender un lenguaje, al ser una alternativa de código abierto, cualquier persona puede contribuir con lo que cree que le pueda faltar al proyecto.
- A través de una API o framework: Este proyecto busca suplir una necesidad social importante, lo principal no es el éxito de la fundación sí no cubrir las necesidades básicas que los sectores públicos no pueden cubrir o cubren deficientemente, es por esto que el enfoque principal del proyecto es que la aplicación no sea un fin en sí mismo sino un medio para abastecer el aprendizaje de idiomas, motivando y permitiendo de forma libre la implementación libre o la creación de forks de el proyecto para la mejora exponencial y la cobertura total de esta necesidad lingüística.

### **Target de OSLA**

A pesar de que el producto sea gratuito para cualquier usuario, se buscará de forma constante la colaboración con instituciones públicas y privadas así como la posibilidad de donaciones para colaborar con la fundación y buscar financiación, creemos que las soluciones Open Source han demostrado ser rentables en muchos otros casos sin tener un costo directo para el usuario (Linux, Firefox, Blender, LibreOffice, Godot, Anki, etc...

## **Consumidor objetivo, ¿Es el consumidor final el que utiliza el servicio?**

Usualmente sí, pero en el caso de instituciones o gobiernos, los que contratan el servicio o lo subvencionan no tienen porque ser usuarios finales de la aplicación, el comprador (más bien colaborador) es el medio y el consumidor el fin.

## **Estado actual del mercado**

El mercado del aprendizaje de idiomas está en aumento, especialmente a través de canales digitales. La demanda crece por la globalización, migración y educación a distancia. Nacionalmente se busca una educación extraescolar para evitar que los jóvenes se queden incomunicados con el resto del mundo, solo una quinta parte de la población en España tiene conocimientos en lenguas extranjeras, por lo tanto es previsible que una gran parte de la población en algún u otro momento tenga que someterse a estudiar un lenguaje extranjero para no quedarse atrás.

Por otro lado a nivel económico, el aprendizaje de lenguas extranjeras supone un gasto de 800 a 1200 euros de media anuales en siete de cada diez familias en España, teniendo en cuenta que la renta media familiar está en 30.000 euros anuales, crear una solución gratuita y seria al aprendizaje de idiomas supondría un ahorro del 3-5% de la renta anual de una familia (en un caso perfecto) (lo que en un plazo de 5 años (media de años estudiados en extraescolares)), supondría un ahorro de casi 7000 euros por Hijo), es por esto que creemos que el desarrollo de esta aplicación tiene una cuota de mercado muy grande con un gran potencial de usuarios

## **COMPETENCIA**

### **Competencia en el mercado**

La competencia de OSLA son aplicaciones y plataformas de aprendizaje de idiomas que ya están establecidas en el mercado desde hace años como; Duolingo, Babbel, Busuu, Anki, entre otras más...

Estas aplicaciones incluyen generalmente un sistema freemium de progreso donde el jugador tiene que pagar si quiere utilizar la aplicación por encima del límite establecido por la app o por otro lado un pago único de inicio (Babbel). Estas

aplicaciones normalmente no son open source (menos anki), por lo que evitan a toda costa la participación de la comunidad en la creación de contenido, por otro lado en el caso de ser open source como anki, la aplicación se limita a dar solo una funcionalidad de forma sólida (en el caso de anki las flashcards).

## **¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de tu competencia respecto a tu producto y servicio?**

### **Puntos fuertes de la competencia:**

- Empresas como Duolingo tienen millones de seguidores en RRSS y mucha comunidad detrás de ellos, esto también provoca que todos los nuevos usuarios vayan potencialmente a ellos simplemente por la gran imagen e identidad de marca que tienen.
- Cuentan con grandes recursos para llegar a nuevos usuarios.
- Interfaz pulida y experiencia de usuario refinada.
- Contenido estructurado y probado pedagógicamente.

### **Puntos débiles de la competencia:**

- No son open source, limitan la personalización, contribución comunitaria y transparencia.
- Poca o nula posibilidad de crear forks o versiones personalizadas.
- Menor flexibilidad para instituciones educativas o desarrolladores.
- Limitaciones en la creación de comunidades abiertas de aprendizaje con hablantes nativos.

- Modelos de monetización que suponen un coste económico directo para los usuarios.
- Prohibición del acceso offline a contenidos (esto cierra completamente el acceso a mercados emergentes donde el acceso a datos móviles es limitado)

## **PRECIO**

### **Precio de OSLA**

OSLA al ser un producto Open Source no tiene un precio para el usuario final, aún así, al igual que otras plataformas open source, no disponer de un producto con precio no significa ausencia de valor en el producto o en la aplicación, para generar la rentabilidad necesaria para mantener la aplicación, OSLA propone crear una fundación que se encargue de colaborar con empresas (a través de contratos), para incrustar el aprendizaje de idiomas en puestos de trabajo que lo requieran a menor precio y con una integración adaptada al ambiente digital de la empresa, por otro lado OSLA no solo propone esto para empresas privadas, sino que buscará colaborar activamente con Gobiernos, Ayuntamientos y otras entidades públicas para integrar OSLA en Instituciones públicas y concertadas.

Con todo esto, se podría decir que el usuario objetivo no es el mismo que en las otras aplicaciones de lenguajes sino instituciones (privadas o públicas) que buscan abaratar costes o mejorar la educación y formación profesional de sus empleados o alumnos ganando calidad y flexibilidad.

## **DISTRIBUCIÓN**

### **Como dar a conocer OSLA**

Para dar a conocer OSLA, se utilizarán herramientas y canales de comunicación adecuados tanto para el público general como para instituciones.

- **Redes sociales (X, Instagram, LinkedIn, Reddit, Blog web, Youtube (seguimiento activo del proyecto))**
- **Foros y comunidades open source (GitHub, GitLab, Hacker News):**  
Publicación del repositorio, invitación a colaborar, discusión técnica y

NOMBRE: Alberto Sánchez Pérez

FECHA: Jun 2, 2025

ACTIVIDAD:

**C02UF1: PLAN DE NEGOCIO**



visibilidad.

- **Página web oficial y blog del proyecto:**  
Información detallada, acceso a la app y a la API, novedades, roadmap y contacto.
- **Colaboración con instituciones educativas y ONGs:**  
Presentación del proyecto como solución gratuita y personalizable para el aprendizaje de idiomas.
- **Eventos y ferias tecnológicas o educativas (FOSDEM, EduTech, etc.):**  
Participación en encuentros para presentar el proyecto y conectar con aliados.

**Posible planificación:**

(\*Posterior al desarrollo base y necesario de OSLA\*)

Fase	Acción	Inicio	Duración
Preparación	Lanzamiento web, redes y repositorio	2025-01	2 semanas
Difusión inicial	Campañas en redes y foros open source	2025-02	1 mes
Difusión inicial	Contacto con instituciones educativas	2025-03	1 mes
Visibilidad en medios	Artículos en medios especializados	2025-04	1 mes
Participación pública	Ferias y eventos educativos/tecnológicos	2025-06	1 mes
Colaboraciones	Colaboración con creadores de contenido	2025-07	2 meses
Evaluación y expansión	Evaluación y rediseño de campaña	2025-10	1 mes
Evaluación y expansión	Preparación para escalar	2025-11	1 mes



## **PREVISIONES DE VENTAS:**

### **Método de cálculo de las ventas**

Las previsiones se basarán en el número de acuerdos estimados de colaboración institucional o empresarial y en el importe medio esperado por cada contrato.

#### **Cómo se calcula?:**

##### **1. Tener en cuenta clientes potenciales:**

- Centros educativos públicos o concertados.
- Universidades.
- Empresas multinacionales o con necesidad de formación en idiomas (RRHH, atención al cliente, etc.).
- ONGs con programas de inclusión lingüística.

##### **2. Evaluar la tasa de conversión:**

- Por ejemplo, contactar con 100 instituciones y cerrar acuerdos con el 5% el primer año (5 acuerdos).

##### **3. Estimar el valor medio por acuerdo:**

- Puede oscilar entre 3.000 € y 15.000 €, dependiendo del tamaño, número de usuarios, personalización o soporte ofrecido.

*Tabla de ejemplo:*

Año	Acuerdos	Valor medio	Ingresos totales
1	5	6,000.00€	30,000.00€
2	10	7,500.00€	75,000.00€
3	20	8,000.00€	160,000.00€

## Tiempo para cumplir las previsiones

Se estima un crecimiento progresivo:

- **Primer año:** de 3 a 5 acuerdos centrados en instituciones públicas pequeñas (institutos, programas temporales, etc.. )
- **Segundo año:** Escalado y mejora del producto, cierre de más acuerdos con instituciones medianas y primeras empresas.
- **Tercer año:** Establecer el modelo; búsqueda de acuerdos con grandes empresas y colaboración directa con instituciones educativas nacionales.

## Cómo comprobar el cumplimiento de previsiones

Para comprobar que se están cumpliendo las previsiones se utilizarán deadlines trimestrales con una aproximación del 70-80% de la cantidad de contratos totales trimestrales previstos, esto se hará así para evitar alerta en las fluctuaciones en la cantidad de contratos dependiendo del mes (Normalmente hay meses del año donde no se suele conseguir contratos al mismo ritmo que el esperado)

Si en dos trimestres consecutivos se cumplen menos del 70-80% de las previsiones, se deberá revisar el modelo de captación de clientes o los precios.

## **1. 4 PLAN DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

### **ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL PERSONAL:**

#### **Equipo actual**

OSLA cuenta con un equipo fundador reducido (2 personas), con experiencia en desarrollo de software, diseño gráfico y gestión de proyectos.

**Equipo actual:**

NOMBRE: Alberto Sánchez Pérez

FECHA: Jun 2, 2025

ACTIVIDAD:

## C02UF1: PLAN DE NEGOCIO



- Desarrollador principal y gestor del proyecto: encargado del desarrollo técnico de la aplicación, mantenimiento de la API, integración de funcionalidades y gestión del repositorio open source.
- Desarrollador secundario y diseñador gráfico: Encargado principal de la imagen estética de la marca y ayuda en el diseño y implementación de software

### **Contrataciones previstas:**

- Relaciones públicas y desarrollador para clientes institucionales.
- Desarrollador de herramientas de inteligencia artificial para automatizar procesos internos y diseño y esbozado de funcionalidades futuras.
- Lingüista y traductor proficiente en más de tres lenguas

## **Organización del trabajo y organigrama**

La organización estará basada en diferentes áreas:

Área	Responsable	Tareas
Desarrollo del programa	Desarrollador principal	Backend, Frontend, Integración, Git y mantenimiento
Imagen estética	Diseñador principal	Diseño de la marca y la aplicación a nivel estético
Desarrollo web	Desarrollador y diseñador principal	Mantenimiento de la aplicación web SPA
Relaciones	Relaciones Públicas (futuro)	Contacto con instituciones
Depuración	Linguísta (Futuro)	Depuración del contenido y diseñador de métodos de aprendizaje
Automatización	Desarrollador IA	Diseño de futuras funcionalidades IA

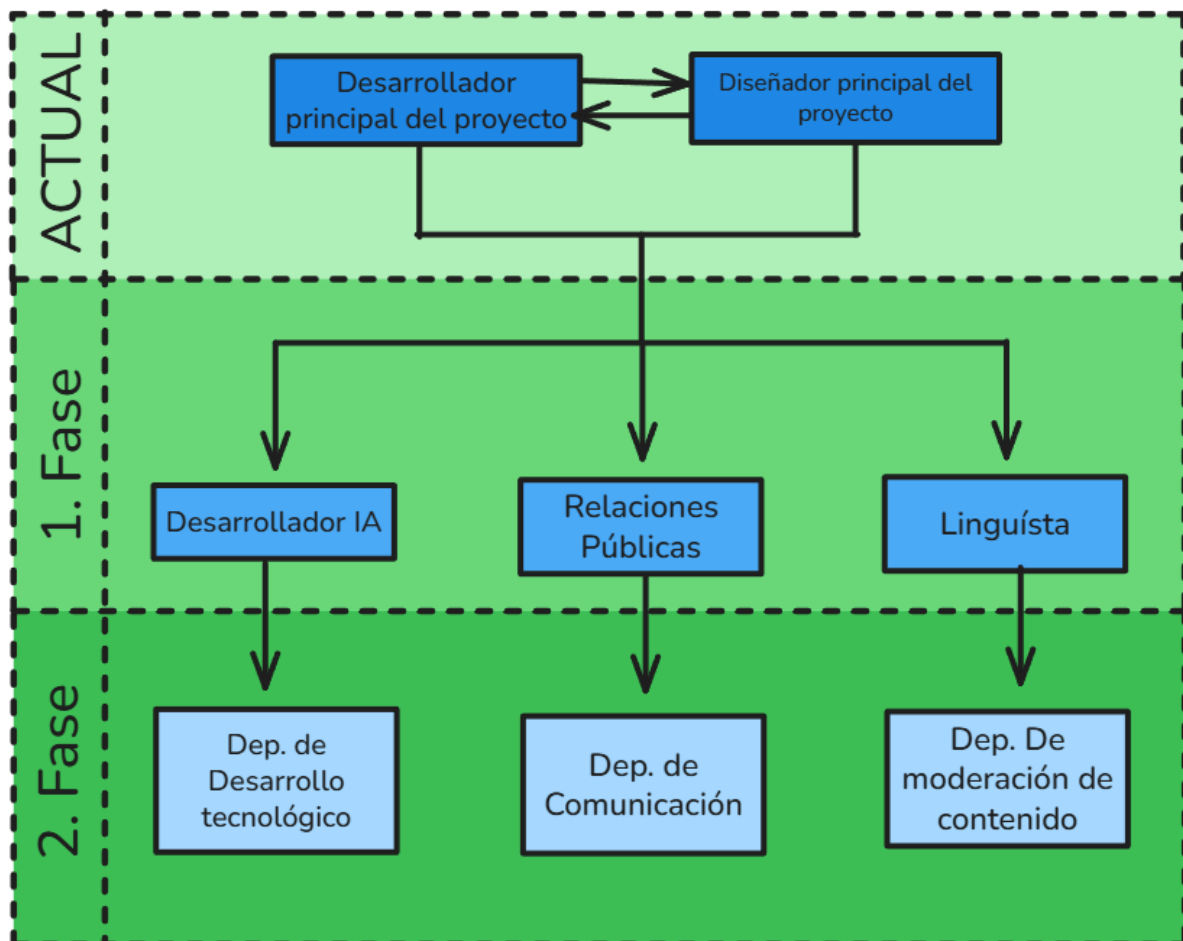
NOMBRE: Alberto Sánchez Pérez

FECHA: Jun 2, 2025

ACTIVIDAD:

**C02UF1: PLAN DE NEGOCIO**

ORGANIGRAMA:



## Cobro al cliente

El precio del servicio será calculado teniendo en cuenta 2 Variables: El costo que le supone a la empresa (salarios, operaciones, transporte si es necesario, etc...), y una constante dada por el margen de beneficio esperado, que por comparación directa con Duolingo, Babbel y Busuu será entorno a un 10-15% por contrato

### **Ejemplo:**

*Costo total a la empresa: 45.000€ (incluido 21% de iva)*

*Constante: 0.125*

$$total = 45.000€ + (45.000€ * .0125) = 50.625€$$

Por otro lado el salario de los empleados vendrá dado por tres variables (sin importar la posición):

- **La experiencia e importancia del candidato:** Valor de 0 a 1, define como de sustituible es el empleado en cuanto a las funciones que realiza.
- **Salario medio del sector en la posición ocupada:** Salario extraído de portales como Glassdoor y investigaciones públicas
- **Bonus de antigüedad:** Complementa de forma directa a la experiencia pero es independiente de la reemplazabilidad del candidato.

### **Ejemplo:**

***Desarrollador de sistemas e inteligencia artificial, 7 años de experiencia y 4 años de antigüedad:***

*Experiencia e importancia del empleado: 0.7*

*Bonus de antigüedad: 0.4 (suma 0.1 anual)*

*Salario medio del sector: 36.000€ promedio Glassdoor*

*Cálculo: SalarioMedio + ((SalarioMedio\*.Exp) / 2) + ((SalarioMedio\*Bonus)/4);*

*Salario total: 36.000€ + ((36.000€\*0.7)/2)+((36.000€\*0.4)/8) = 50.400€ (anual)*

## **1. 5 PLAN JURÍDICO-FISCAL:**

### **DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA:**

#### **Forma jurídica de OSLA**

La forma jurídica final es una Sociedad Limitada, lo que permite limitar la responsabilidad a los socios que hayan aportado capital, esta forma también permite obtener beneficios (no como una fundación), lo que a largo plazo significa más capital invertido en la empresa y mayor capacidad productiva lo que facilita y hace más dinámica la colaboración con otras empresas e instituciones públicas, a medio largo plazo, como hacen otras muchas tecnológicas, la idea sería conversionar a una sociedad anónima incentivando a la inversión en mayor medida.

#### **¿Cómo convertirse en una S.L?**

- **1:** Solicitar al registro mercantil central la comprobación del nombre de la empresa.
- **2:** Abrir una cuenta bancaria y depósito de capital social anónimo donde depositar 3.000€ a nombre de la sociedad para obtener el certificado bancario.
- **3:** Redactar y firmar los estatutos de la sociedad.
- **4:** Firmar ante notario.
- **5:** Obtener el NIF(Número de identificación fiscal) provisional en la agencia tributaria
- **6:** Inscribirse en el registro mercantil de la provincia
- **7:** Obtener el NIF definitivo.
- **8:** Darse de alta en el censo de empresarios
- **9:** Registrar y dar de alta en la seguridad social a los empleados

#### **Coste**

Para empezar, cada vez que se certifique en el Registro Mercantil central un nombre se cobrará una tasa de 13€, después, al ingresar 3.000€ en la cuenta bancaria de la sociedad realmente no se está gastando ese capital ya que es exclusivamente de aportación, por otro lado los gastos en notarios suelen variar entre 400€ y 700€ y la inscripción en el Registro Mercantil está tasada entre los 100 y 200€, para acabar, en el caso de OSLA al no contar con ningún

NOMBRE: Alberto Sánchez Pérez

FECHA: Jun 2, 2025

ACTIVIDAD:

## **C02UF1: PLAN DE NEGOCIO**



responsable legal, se tendrá que optar por servicios de asesoría para hacer más fluida la fundación de la Sociedad Limitada, lo que puede estar entre 500 y 1200€.

El coste final ronda los 1.800-2.100€ en el caso de OSLA.

## **ASPECTOS LABORALES DEL EQUIPO PROMOTOR:**

### **Régimen del equipo promotor**

En el caso de OSLA al solo fundarse por 2 personas las cuales aportan el 100% del capital ambas personas entran en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, al contratar a nuevos trabajadores, si estos son administradores entrarían también dentro de el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, pero si solo fueran asalariados entrarían directamente al Régimen General de la Seguridad Social

## **ASPECTOS LABORALES Y SEGURIDAD DE LOS TRABAJADORES:**

### **Tipo de contrato**

Pensando en que solo se van a contratar a 3 trabajadores de inicio y que estos más tarde serán ejecutivos de departamentos con más trabajadores, el contrato que más encaja con ese perfil es el de contrato indefinido. Esto es principalmente por la estabilidad y compromiso que se espera de estos trabajadores, en el caso de querer contratar servicios puntuales el mejor contrato sería un contrato temporal, que en el caso de requerir más ayuda se convertiría en otro indefinido o a tiempo parcial.

## **PERMISOS Y LICENCIAS:**

### **Permisos y Licencias**

- **Licencia de apertura o actividad**
- **Protección de datos (RGPD)**
- **Licencias de software** (En principio no requerido porque el proyecto está pensado para basarse en software libre, pero en el caso de algún error o

NOMBRE: Alberto Sánchez Pérez

FECHA: Jun 2, 2025

ACTIVIDAD:

**C02UF1: PLAN DE NEGOCIO**



excepción será necesario)

- **Registro de la marca (OSLA)** (Solo registro de la marca para evitar estafas, OSLA tiene naturalmente una filosofía anti-patentes).

## **Documentación Oficial**

- **Constitución de la sociedad**
- **NIF**
- **Alta en el censo de Empresarios, Profesionales y Retenedores**
- 
- **Alta en la Seguridad Social**
- **Certificados y documentos de privacidad**
- **Registro de marca**

## **COBERTURA DE RESPONSABILIDADES:**

### **Seguros a contratar**

- **Responsabilidad Civil** (Cubre de daños a clientes)
- **Seguridad social** (No hay opción)
- **Seguro de protección de datos** (Al controlar datos de usuarios es casi obligatorio)

## **PATENTES Y MARCAS:**

### **Patentes en OSLA**

OSLA no busca evitar el avance tecnológico a costa de la supervivencia de la propia empresa, OSLA es moralmente la única encargada de mantenerse rentable



innovando independientemente de lo que haga la competencia, intentar evitar que la competencia utilice ideas desarrolladas por OSLA sería mentir sobre la misma identidad y filosofía de la marca, la única protección legal que se busca es para evitar estafas protegiendo el nombre de la marca y reservándose para uso exclusivo de la empresa.

## **1. 6 PLAN JURÍDICO-FISCAL:**

### **Ingresos esperados**

Los ingresos esperados el primer año son 95.000€, lo que es suficiente para financiar dos sueldos de 30.000€ y otros gastos y mantener un fondo para el año siguiente contratar a nuevos empleados.

#### *CUADRO DE INVERSIÓN*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Personal (salarios)	60,000.00	150,000.00	360,000.00	900,000.00
Oficina (alquiler)	0.00	0.00	18,000.00	18,000.00
Equipos y hardware	3,000.00	7,500.00	18,000.00	45,000.00
Software y licencias	8,000.00	10,000.00	14,000.00	20,000.00
Marketing y publicidad	5,000.00	6,500.00	8,450.00	10,985.00
Servicios y suministros	0.00	0.00	12,000.00	12,000.00
Seguros	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Asesoría y gestión	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Gastos legales y notariales	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Formación y eventos	0.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
TOTAL INVERSIÓN ANUAL	85,000.00	185,000.00	441,450.00	1,016,985.00
INGRESOS ESPERADOS (K=0.125)	95,625.00	208,125.00	496,631.25	1,144,108.13

## **Métodos de pago (Cliente -> OSLA)**

Los clientes al ser siempre estructuras públicas o privadas, y no individuos, tendrán que pagar a través de facturas electrónicas de acuerdo a la ley como lo haría una institución normal, las transacciones serán bancarias y se cobrará al cliente un 10% de entrada antes de efectuar la implementación de OSLA, y el restante 90% al acabar el trabajo con esa empresa.

## **Métodos de pago (OSLA -> Proveedor)**

Se pagarán las facturas a través de transferencias bancarias y en plazos programados para llevar un mayor control de la entrada y salida de capital de la sociedad

## **1. 7 VALORACIÓN:**

### **El éxito de OSLA**

- Personalmente creo que OSLA si llegara a llevarse a cabo de forma correcta podría ocupar un buen puesto en el mercado o liderarlo, la idea de la empresa no es solo cubrir una necesidad como puede ocurrir con otras ideas, sino marcar un precedente sobre la monetización de un servicio sin tener que recurrir a herramientas casi extorsionadoras como lo pueden ser el freemium o los pagos antes de uso, considero que el mercado de aplicaciones, ya no solo de lenguajes, está tomando un rumbo bastante peligroso donde no se tiene en cuenta el bolsillo del usuario final, sino la cantidad de usuarios con poco criterio gastan 300€ anuales en un plan que no les proporciona ningún beneficio que no se pueda obtener de otra manera.

Es por esta creencia que creo que ahora mismo hay un hueco en el mercado de software y aplicaciones enorme, ya que lo que necesita el usuario es poder participar en su propia experiencia del producto y moldearla a su gusto, y definitivamente no hay ninguna aplicación en el sector de idiomas que cubra esa necesidad de forma satisfactoria.

## **Puntos fuertes y débiles**

OSLA, es un proyecto grande y ambicioso, lo que puede ser un arma de doble filo, ya que si se organiza bien y se cuenta con las personas adecuadas, el proyecto puede seguir una línea recta en el desarrollo y cumplir con todo lo que se espera, pero por el otro lado, un mínimo error en el planteamiento del proyecto podría perfectamente acabar con muchas de las ideas de OSLA que hacen a la aplicación única.

## **Oportunidades y amenazas externas**

Como he dicho anteriormente, creo que el mercado actual es una Oportunidad enorme en sí mismo para empezar a producir OSLA, también lo es el avance en inteligencia artificial en los últimos años, que ahora permite automatizar muchos procesos que antes eran tediosos y requerían de un gasto enorme de tiempo con el que una Start-Up no dispone, pero por otro lado, siento que la gran masa de consumidores está perdiendo el rumbo al pensar que una aplicación puede hacer todo por ellos, OSLA como cualquier herramienta de aprendizaje, requiere de un mínimo de atención y disciplina para que tenga resultados, a pesar de que OSLA busca hacer mucho más dinámico el aprendizaje, el consumidor en última instancia tiene que dedicar tiempo y ganas a aprender el idioma y OSLA eso no lo puede ofrecer, a parte de esto, siento también que hay una ventana de oportunidades que se está cerrando poco a poco no por el avance de la Inteligencia Artificial sino por la necesidad de Inputs del consumidor, dentro de 15 años estoy seguro que la cantidad de personas que dedican tiempo a aplicaciones de aprendizaje se habrá estancado o bajado, porque realmente la realidad es que el crecimiento que estamos viendo en el uso de aplicaciones de aprendizaje viene principalmente por la novedad de poder aprender desde el bolsillo cualquier disciplina, pero cuando el mercado se haya acostumbrado a vivir con una biblioteca de información en el bolsillo, el interés por las aplicaciones educativas va a ser el mismo que por los libros, no nulo, pero escaso.