



SpanishFlow: Aprende el español que realmente se habla.

Federico Manuel Cantero Ruiz Diaz, Margarida Ferreira De Loureiro Abreu, Santiago Castañeda Aquino, Ana Paula Amores Serrano, Soracha Mary Lee, Aoife Catherine Temple y
Anna Fiona Neary

Departamento de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca

GPYMES 103923: Emprendedores y PyME

Profesor Coordinador Carlos Navarro de Tiedra

Profesor José Ortega Mohedano

Profesor Mario Blázquez de Paz

10 de Diciembre del 2024

Tabla de Contenidos

Resumen Ejecutivo.....	3
Introducción.....	4
El Problema.....	4
Idea de Negocio.....	4
Propuesta de Valor Diferencial.....	5
Características del Mercado y Tipología de Clientes.....	5
Características Generales del Producto y Nuestros Servicios.....	6
Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.....	7
La Empresa.....	8
Descripción General.....	8
Objetivos.....	8
Claves del Sector y Competidores.....	9
Modelo de Negocio.....	10
Constitución de la Empresa.....	16
Plan de Marketing.....	17
Establecimiento de los Precios de Venta.....	17
Los Canales de Distribución y de Venta.....	17
Campañas de Promoción o Marketing.....	17
Plan de Recursos Humanos.....	19
Equipo Promotor.....	19
Organigrama y Responsabilidades.....	20
Condiciones Laborales.....	20
Plan Financiero.....	21
Plan de Inversiones.....	21
Plan de Financiación.....	22
Proyección de Resultados a 4 Años.....	23
Análisis de Viabilidad y Conclusiones.....	25
Conclusión.....	27
Referencias.....	28
Anexo.....	29

Resumen Ejecutivo

SpanishFlow es una startup dedicada a la enseñanza del español coloquial mediante una plataforma interactiva que combina aprendizaje digital con experiencias prácticas. Con sede en Salamanca, España, esta Sociedad de Responsabilidad Limitada busca cerrar la brecha entre el aprendizaje formal y las necesidades de comunicación real, proporcionando contenido interactivo y eventos presenciales para fomentar la integración cultural.

El modelo de negocio ofrece acceso gratuito a la aplicación para los usuarios finales, mientras genera ingresos mediante colaboraciones estratégicas con empresas locales o regionales. Estas alianzas integran productos y servicios en el contenido educativo y eventos culturales diseñados para promover el aprendizaje inmersivo. Con un capital inicial de 24,000 euros, financiado mediante aportes propios y un préstamo bancario, la empresa prioriza su sostenibilidad y expansión.

SpanishFlow se diferencia de competidores como Duolingo al enfocarse exclusivamente en el español coloquial. Sus estrategias de crecimiento incluyen la ampliación de contenido y colaboraciones con instituciones educativas y culturales. El análisis financiero proyecta un crecimiento constante y viable, destacando el potencial de la empresa para consolidarse como referente en la enseñanza práctica del idioma español.

Introducción

El Problema

Al aprender español, generalmente se enseña una versión general y formal del idioma, especialmente en países donde el español no es la lengua materna. Esto puede generar problemas al viajar, ya que dependiendo del tipo de español que se haya aprendido, la jerga y el uso del lenguaje pueden variar significativamente. No sólo las palabras pueden sonar diferentes, sino que también pueden emplearse de manera completamente distinta. Este es un desafío importante para turistas, estudiantes y profesionales que llegan de otros países, incluyendo aquellos provenientes de Iberoamérica especialmente ya que en España estas variaciones existen a nivel regional y local.

Idea de Negocio

SpanishFlow tiene el objetivo de enseñar el español coloquial y cotidiano, llenando el vacío que deja la enseñanza tradicional y general del idioma. A través de nuestra plataforma, los usuarios podrán aprender y practicar el español que realmente se usa en situaciones diarias, desde palabras regionales hasta conversaciones informales. Esto es especialmente útil para aquellos que aprenden español como segunda o tercera lengua, ya que a menudo se les dificulta comunicarse de manera natural con hablantes nativos. Nuestro enfoque busca ofrecer una forma más realista y accesible de comprender y dominar el idioma, permitiendo una integración más profunda que normalmente solo se logra a través de la práctica. Queremos también brindar una oportunidad a empresas y organizaciones locales o regionales de llegar a generar un epónimo además de aumentar el flujo de clientes, usuarios o visitantes del mismo.

Propuesta de Valor Diferencial

Nos centraremos en ofrecer un aprendizaje simple, práctico y explicativo, con un enfoque más realista que permita a los usuarios aprender el español informal de manera efectiva.

Proporcionaremos herramientas interactivas y situaciones cotidianas para enseñar palabras, frases y oraciones comunes, así como sus significados en el contexto real. Este enfoque permitirá a los estudiantes familiarizarse con las expresiones más utilizadas en la vida diaria, facilitando su integración en conversaciones auténticas con hablantes nativos.

Características del Mercado y Tipología de Clientes

El mercado de la enseñanza del español es grande y sigue creciendo constantemente. En un mundo cada vez más globalizado, es más fácil cruzar fronteras y vivir experiencias en países extranjeros, y muchos eligen España, ya sea por su cultura o por su lengua. Por esta razón, existen numerosas aplicaciones, universidades e instituciones que enseñan español, pero la mayoría se centra en la enseñanza formal y general. Esto crea una brecha que SpanishFlow puede llenar, promoviendo el aprendizaje del español informal. Aunque en muchos casos se practica el idioma, la verdadera comprensión del español cotidiano sólo se logra en la interacción real, donde la cultura y el ambiente que dan origen a la jerga se reflejan de manera auténtica. Es ahí donde queremos ubicar a nuestros usuarios, ofreciéndoles un espacio que fomente la conversación con hablantes nativos y les permita sumergirse en el español coloquial.

Nuestros clientes usuarios son aquellos que vienen a España para visitar, experimentar o vivir la cultura por un tiempo, y necesitarán una comunicación más personal y casual para sentirse cómodos y a gusto durante su estancia. Estos usuarios buscan adaptarse a su entorno, para interactuar de manera natural con su entorno y formar parte de la cultura cotidiana. Por otro lado, nuestros clientes empresariales son organizaciones que desean llegar a un público nuevo,

que no conoce el mercado español, que está en proceso de encontrar su zona de confort y establecer una rutina diaria en su nueva vida aquí en España. Estas empresas necesitan conectar de manera eficiente y efectiva con este público para facilitar su integración en el mercado local.

Características Generales del Producto y Nuestros Servicios

SpanishFlow es una aplicación diseñada para ofrecer un aprendizaje simple y efectivo del español coloquial y cotidiano. Con una interfaz intuitiva, presenta tres cajas, una de ellas interactivas, donde muestran palabras, frases u oraciones en el idioma nativo del usuario junto con su equivalente en español, acompañadas de imágenes que refuerzan su significado. Al girar la tarjeta, los usuarios encuentran explicaciones detalladas que incluyen ejemplos prácticos o el razonamiento de referencias culturales. Además, integramos marcas de nuestros clientes empresariales en el contenido, creando asociaciones naturales y fomentando la eponimia al vincular términos con productos, marcas o servicios relevantes. Esto permite a los usuarios aprender de manera más inmersiva mientras descubren elementos del entorno local.

Además del aprendizaje interactivo, ofrecemos eventos presenciales en colaboración con nuestros clientes empresariales, brindando a los usuarios la oportunidad de practicar español en contextos reales y sociales. Estas actividades fomentan la conexión con la cultura local y mejoran la fluidez en situaciones cotidianas. Con un enfoque en la creación de comunidad, SpanishFlow no solo ayuda a los usuarios a dominar el idioma, sino que también facilita su integración en el entorno hispanohablante al conectar personas y experiencias que promueven una comunicación auténtica.

No todos los eventos de SpanishFlow serán iguales, lo que permitirá a empresas de diversos sectores crear actividades únicas para atraer al público que buscan. Cada evento podrá reflejar la identidad de la marca, desde experiencias gastronómicas hasta tours guiados.

Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades

Debilidades. El enfoque único en el español coloquial, puede no atraer a usuarios que prefieren aprender el español formal. Al ser una plataforma relativamente nueva, enfrenta la competencia de aplicaciones más establecidas en el mercado. Dependemos de eventos y asociaciones con empresas para destacarse, y necesitaremos una base activa de usuarios para fomentar la práctica social.

Amenazas. Un riesgo para SpanishFlow es la aparición de competidores que integren también el aprendizaje del español coloquial en sus plataformas más completas. Además, si las tendencias del mercado de aprendizaje de idiomas cambian, podría perder relevancia. También existe la posibilidad de que las empresas no se interesen en asociarse, lo que limitaría el alcance de los eventos y la visibilidad de la marca.

Fortalezas. SpanishFlow destaca por su enfoque exclusivo en el español coloquial, cubriendo una necesidad en el mercado que otros servicios no ofrecen. Su interfaz es sencilla e intuitiva, lo que facilita el aprendizaje. Además, las asociaciones con marcas locales aportan un valor adicional, mientras que los eventos presenciales y virtuales permiten a los usuarios practicar en situaciones reales. Todo esto contribuye a construir una comunidad.

Oportunidades. Existen varias oportunidades para el crecimiento de SpanishFlow. Se puede expandir el contenido para incluir variaciones regionales del español, lo que atraerá a más usuarios. También se pueden explorar modelos de ingresos adicionales, como suscripciones o contenido premium. Además, las asociaciones con instituciones educativas y turísticas podrían abrir nuevos canales de clientes, y la implementación de tecnología avanzada, como la inteligencia artificial, podría mejorar la personalización del aprendizaje (Ver Figura 1).

La Empresa

Descripción General

SpanishFlow, una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) ubicada en Salamanca, España, se especializa en la enseñanza del español coloquial a través de una aplicación interactiva. La app utiliza tarjetas dinámicas con palabras, frases, explicaciones prácticas, imágenes y referencias culturales. Con un capital inicial de 4,000 euros y 20,000 euros de financiación, el proyecto incluye eventos presenciales y virtuales para practicar en contextos reales y busca asociaciones estratégicas para impulsar el aprendizaje inmersivo.

Objetivos

SpanishFlow nace con la visión de transformar la enseñanza del español, enfocándose en las necesidades reales de comunicación que surgen en contextos cotidianos y culturales. A través de un enfoque práctico e innovador, esta iniciativa busca no solo enseñar el idioma, sino también facilitar la integración cultural de turistas, estudiantes y profesionales que interactúan con el entorno hispanohablante en España.

Los objetivos clave reflejan un compromiso por brindar una experiencia educativa interactiva e inmersiva, estableciendo alianzas estratégicas con empresas locales y promoviendo eventos únicos que refuercen el aprendizaje en situaciones reales. Además, con un enfoque diferenciado en el español coloquial, la empresa se posiciona como líder en este segmento del mercado, ofreciendo soluciones adaptadas a las demandas actuales de un mundo globalizado y culturalmente interconectado.

Claves del Sector y Competidores

El interés global por el español y su relevancia cultural y económica han impulsado el crecimiento de este mercado. Sin embargo, existe una brecha significativa en la enseñanza del español coloquial y cotidiano, el cual incluye expresiones informales y matices regionales. La mayoría de las plataformas educativas se enfocan en el español formal y general, dejando este nicho parcialmente desatendido.

Actualmente, SpanishFlow compite en un mercado dominado por plataformas como Duolingo, Babbel y Rosetta Stone, conocidas por su accesibilidad y enfoque gamificado, aunque limitadas a una enseñanza formal. Por otro lado, aplicaciones como Tandem y HelloTalk facilitan la interacción con hablantes nativos, pero no ofrecen contenidos diseñados para aprender jerga o expresiones coloquiales de manera estructurada.

Las instituciones académicas y universidades también juegan un rol importante, pero suelen priorizar un enfoque tradicional que excluye elementos informales del idioma. Los programas de inmersión lingüística y cultural, aunque efectivos, resultan costosos y menos accesibles para el público general.

SpanishFlow se distingue al enfocarse exclusivamente en el aprendizaje del español coloquial. Su combinación de herramientas digitales interactivas y experiencias culturales asequibles llena un vacío en el mercado, ofreciendo una propuesta única que responde a las necesidades reales de los usuarios.

Modelo de Negocio

El modelo de negocio de SpanishFlow se enfoca en ofrecer una experiencia educativa gratuita e inclusiva, centrada en el aprendizaje del español coloquial y la integración cultural. La generación de ingresos se basa en colaboraciones con empresas locales y la organización de actividades que conectan a los usuarios con la cultura y el idioma de manera práctica. A continuación, se detalla el modelo de negocio:

Propuesta de Valor

La propuesta de valor de SpanishFlow se estructura en dos líneas principales, orientadas a satisfacer tanto a los usuarios finales como a las empresas colaboradoras.

Para los **usuarios finales**, la plataforma ofrece acceso gratuito a una experiencia interactiva que facilita el aprendizaje del español coloquial y cotidiano. Mediante el uso de tarjetas dinámicas, los usuarios pueden explorar explicaciones culturales y ejemplos prácticos que conectan el idioma con su contexto real. Además, tienen la oportunidad de participar en eventos presenciales y virtuales que promueven un aprendizaje inmersivo, brindándoles espacios para practicar el idioma mientras exploran la cultura española a través de actividades colaborativas.

Por otro lado, para las **empresas colaboradoras**, SpanishFlow ofrece una integración orgánica de sus marcas, productos y servicios dentro del contenido educativo de la aplicación. Esto les permite conectar de manera natural con los usuarios y reforzar su presencia en el mercado. Asimismo, la plataforma organiza eventos únicos diseñados para fortalecer la relación de estas empresas con clientes potenciales, proporcionándoles visibilidad en un entorno

innovador y altamente segmentado, ideal para un público interesado en la cultura y el idioma español.

Fuentes de Ingresos

Por el momento, SpanishFlow cuenta con dos principales fuentes de ingresos: los eventos y el posicionamiento de marcas en su aplicación.

Los eventos, tanto presenciales como virtuales, son una herramienta clave. Actividades como catas de vino, talleres de cocina y tours guiados en español ofrecen experiencias únicas para los usuarios, combinando aprendizaje y conexión cultural. La venta de entradas para estas actividades representa una fuente importante de ingresos, al mismo tiempo que fomenta la interacción entre los participantes y el idioma.

Por otro lado, el posicionamiento de marcas dentro de la aplicación permite integrar productos y servicios en el contenido educativo de manera orgánica. Esto incluye la incorporación de ejemplos prácticos y referencias culturales en tarjetas interactivas y recursos de aprendizaje, lo que asegura una promoción efectiva y relevante para las empresas colaboradoras.

Estas estrategias destacan el enfoque innovador de SpanishFlow en la combinación de educación y promoción cultural.

Segmentos de Clientes

SpanishFlow enfoca su propuesta en dos segmentos principales de clientes, diseñando estrategias específicas para satisfacer las necesidades de cada uno.

Por un lado, los **usuarios finales (B2C)** incluyen a turistas y estudiantes internacionales que buscan aprender español coloquial mientras experimentan de manera auténtica la cultura española. Este segmento también abarca a profesionales expatriados interesados en facilitar su integración en el entorno laboral y social, mejorando su capacidad para comunicarse de forma natural en situaciones cotidianas.

Por otro lado, los **clientes empresariales (B2B)** comprenden a empresas locales interesadas en promocionar sus productos o servicios mediante contenido educativo y eventos culturales organizados por SpanishFlow. Así mismo, el modelo incluye a instituciones educativas y culturales que desean incorporar métodos innovadores para la enseñanza del idioma, ampliando su alcance y relevancia en la educación del español informal.

Canales de Distribución

La **plataforma digital**, disponible tanto en formato móvil como web, es el principal medio a través del cual SpanishFlow ofrece su contenido educativo gratuito. Este incluye tarjetas interactivas y explicaciones culturales diseñadas para facilitar el aprendizaje del español coloquial de manera accesible y dinámica.

Por su parte, las **redes sociales y el marketing digital** desempeñan un papel crucial en la estrategia de difusión. Estas herramientas se utilizan para promocionar eventos, destacar el contenido educativo y fortalecer las colaboraciones con empresas, logrando así maximizar el alcance y fomentar una mayor participación de los usuarios.

Finalmente, los **eventos presenciales y virtuales** no solo representan una fuente de ingresos, sino que también consolidan el aprendizaje del idioma mediante experiencias prácticas y dinámicas que conectan a los participantes con la cultura española.

Estructura de Costos

Los costos fijos de SpanishFlow comprenden el desarrollo y mantenimiento de su plataforma digital, los salarios del equipo responsable de diseño, creación de contenido, marketing y gestión de eventos, así como los gastos administrativos generales, como el alquiler de oficinas y servicios básicos.

En cuanto a los costos variables, estos incluyen la logística y los materiales necesarios para la organización de eventos, la producción de contenido educativo, como imágenes, textos y videos, y las campañas publicitarias destinadas a promover eventos y colaboraciones estratégicas.

Este modelo financiero permite a SpanishFlow garantizar un aprendizaje accesible y efectivo para los usuarios, al mismo tiempo que impulsa colaboraciones estratégicas con empresas y crea experiencias únicas que benefician a todos los involucrados.

Estrategias de Crecimiento

SpanishFlow busca expandirse mediante estrategias clave. Una de ellas es ampliar el contenido gratuito, incorporando tarjetas interactivas con temáticas y variantes regionales del español coloquial para ofrecer un aprendizaje más completo.

Así mismo, se fomentarán colaboraciones con marcas internacionales que deseen conectar con un público global, integrando sus productos en el contenido educativo. También se crearán eventos culturales únicos, como talleres y tours, para atraer usuarios y fortalecer vínculos entre estos y las marcas colaboradoras.

Se planea licenciar el contenido y metodología a instituciones educativas internacionales, promoviendo la enseñanza del español informal en sus programas. Estas acciones posicionarán a SpanishFlow como líder en aprendizaje práctico e inmersivo.

Ventaja Competitiva

SpanishFlow se diferencia de los competidores al centrarse en enseñar español coloquial y cotidiano de forma gratuita, combinando aprendizaje digital con experiencias culturales inmersivas. Este enfoque no solo beneficia a los usuarios al facilitar su integración, sino que también ofrece un modelo atractivo para empresas que buscan conectar con un público internacional en contextos auténticos.

Con su modelo de negocio inclusivo y colaborativo, SpanishFlow se posiciona como un referente en la enseñanza del español práctico y cultural, fomentando el intercambio entre comunidades globales y locales.

Constitución de la Empresa

SpanishFlow, S.L., con sede en Calle Palacio Valdés 34, 2D, 37007, Salamanca, España, se dedica al desarrollo y gestión de una aplicación interactiva para la enseñanza del español coloquial, complementada con la organización de eventos culturales y educativos. Su objetivo es

ofrecer una experiencia de aprendizaje inmersiva que facilite la integración cultural y el dominio del idioma.

El capital social inicial es de 24,000 euros, compuesto por 4,000 euros de aportación directa y 20,000 euros de financiación externa. La distribución de participaciones está organizada de la siguiente manera: Federico Manuel Cantero Ruiz Díaz, como Gerente General, posee el 50%, asegurando su liderazgo en posibles inversiones futuras; Ana Paula Amores Serrano tiene un 10%; mientras que Margarida Ferreira De Loureiro Abreu 10%, los demás socios comparten un 30%.

La administración de la empresa estará a cargo del Gerente General, quien se encargará de la representación legal y de dirigir la estrategia, supervisando las operaciones y coordinando los equipos. SpanishFlow tiene una duración indefinida y, como Sociedad de Responsabilidad Limitada, los socios sólo responderán por el capital aportado. En caso de disolución, se requerirá la aprobación del 75% de los socios, siguiendo la legislación española (Plataforma PYME, n.d.).

Con esta estructura, SpanishFlow se posiciona como una empresa innovadora y sostenible, comprometida en transformar la enseñanza del español a través de un enfoque práctico y culturalmente enriquecedor.

Plan de Marketing

Establecimiento de los Precios de Venta

SpanishFlow, S.L. ofrece una aplicación gratuita para aprender español coloquial, eliminando barreras económicas y promoviendo un aprendizaje accesible. Genera ingresos a través de colaboraciones empresariales, integrando productos y servicios locales en el contenido educativo, y mediante patrocinios de eventos. También planea ampliar su contenido con variantes regionales y temáticas del español, y utilizar campañas de marketing digital para atraer usuarios y beneficiar a sus socios comerciales.

Los Canales de Distribución y de Venta

SpanishFlow utiliza diversos canales para llegar a sus usuarios de forma efectiva. Su plataforma digital, compuesta por una app móvil y un sitio web, ofrece contenido interactivo y accesible. Las redes sociales, como Instagram, y campañas de marketing digital potenciarán su visibilidad y crearán una comunidad activa.

La empresa establecerá colaboraciones con negocios locales para integrar productos y servicios en su contenido, además de organizar eventos presenciales y virtuales que permitan practicar español en contextos reales. También buscará alianzas con instituciones educativas y agencias de turismo, y ofrecerá su metodología a través del licenciamiento de contenido para escuelas y universidades.

Campañas de Promoción o Marketing

SpanishFlow puede implementar estrategias efectivas para atraer usuarios y aumentar su visibilidad. Una de ellas es la campaña “Exprésate en Español”, que invita a los usuarios a participar en desafíos semanales en redes sociales como Instagram y TikTok, compartiendo videos o textos con frases coloquiales aprendidas en la app. Para motivar la participación, se ofrecerán premios como contenido exclusivo o entradas a eventos.

Otra estrategia es una campaña de email marketing que enviará semanalmente un término coloquial en español, acompañado de ejemplos y explicaciones culturales, junto con enlaces a la app para acceder a más recursos.

Además, SpanishFlow puede establecer promociones cruzadas con empresas locales, ofreciendo descuentos a los usuarios en productos o servicios, mientras que estos negocios promocionan la app entre sus clientes.

El “Desafío SpanishFlow en 30 Días” también puede incentivar el uso diario mediante un calendario de actividades, con premios o certificados al completarlo. Este reto se promocionará en redes sociales y dentro de la aplicación.

Por último, compartir testimonios de usuarios que han mejorado su español con SpanishFlow fortalecerá la credibilidad de la app. Estas historias se publicarán en formato de videos o publicaciones en redes sociales, el sitio web y boletines informativos.

Plan de Recursos Humanos

Equipo Promotor

El equipo promotor de SpanishFlow está conformado por dos grupos fundamentales, cada uno desempeñando un rol clave en la creación, desarrollo y éxito inicial del proyecto. Este equipo es el motor principal detrás de la visión y ejecución de la empresa.

El primer grupo, conocido como el equipo FAMS, está integrado por Federico Cantero, Ana Paula Amores, Margarida Ferreirinha y Santiago Castañeda. Este grupo constituye el núcleo fundador de SpanishFlow y es responsable del desarrollo de la idea inicial del proyecto. Su trabajo conjunto sentó las bases de las ideas y estrategias de la empresa, combinando sus habilidades en gestión general, operaciones, finanzas y marketing para establecer un modelo de negocio enfocado en la enseñanza del español coloquial. Este equipo no solo se encarga de las decisiones estratégicas clave, sino también de garantizar que el proyecto evolucione de acuerdo con su visión original, adaptándose a las necesidades del mercado.

El segundo grupo, el equipo SAA, está formado por Soracha Mary Lee, Ana Neary y Aoife Temple. Este equipo desempeña un papel crucial en la creación y desarrollo de los contenidos de la plataforma. Su experiencia y enfoque detallado permiten diseñar materiales interactivos y dinámicos que reflejan las necesidades reales de los usuarios. Además, este equipo aporta una perspectiva valiosa desde el punto de vista de los clientes principales de SpanishFlow, proporcionando feedback constante y asegurando que los productos y servicios sean relevantes, prácticos y accesibles. Su trabajo garantiza que la experiencia del usuario sea de alta calidad y enriquecedora, alineándose con los objetivos de la empresa.

Ambos grupos trabajan de manera colaborativa para garantizar que SpanishFlow no solo sea una plataforma innovadora, sino también un referente en la enseñanza inmersiva del español.

Organigrama y Responsabilidades

En la Figura 2 se presenta el organigrama de SpanishFlow, donde se detallan las relaciones jerárquicas y funcionales entre los miembros del equipo. Este organigrama refleja la estructura inicial de la empresa, mostrando cómo los roles clave se organizan para garantizar la eficiencia operativa y el desarrollo estratégico del proyecto.

El Gerente General supervisa todas las operaciones, toma decisiones estratégicas y representa legalmente a la empresa. Bajo su dirección, el Gerente Operativo coordina las actividades diarias, asegura la calidad de los servicios y gestiona la interacción entre los equipos. El Gerente Financiero se encarga de la gestión del presupuesto y de asegurar una asignación eficiente de los recursos, mientras que la Directora de Marketing lidera la promoción de la marca, la captación de usuarios y la comunicación externa. Además, el Equipo de Contenidos desarrolla materiales educativos interactivos, garantizando su calidad lingüística y cultural, y el Desarrollador Técnico mantiene la plataforma tecnológica, implementando mejoras y resolviendo problemas técnicos. Estas responsabilidades claras y bien distribuidas aseguran la alineación y el éxito de los objetivos de la empresa.

Condiciones Laborales

En los primeros años, los promotores de SpanishFlow, desde el Gerente General hasta el Equipo de Contenidos, no percibirán un salario ni contarán con un horario fijo. Cada miembro trabajará en los horarios disponibles y dedicará el tiempo necesario según las tareas asignadas y las prioridades del proyecto. Sin embargo, durante el primer año, planeamos contratar a un desarrollador técnico responsable de la creación y el mantenimiento de la aplicación y la página web. Este puesto estará bajo un contrato fijo discontinuo, trabajando a medio tiempo, con un salario anual estimado de 12.000 euros.

Plan Financiero

Plan de Inversiones

En el primer año de operación, las inversiones iniciales de SpanishFlow se centrarán en la creación y puesta en marcha de la aplicación, así como en asegurar los elementos técnicos necesarios para su funcionamiento. A continuación, se detallaran las partidas principales:

Contratación de personal técnico: Para desarrollar, mantener y mejorar la app, se planea contratar a un desarrollador técnico bajo un contrato de medio tiempo. El costo anual de este puesto se estima en 12,000 euros más la seguridad social. Este profesional será responsable del desarrollo de la app y de realizar mejoras continuas en función de las necesidades de los usuarios.

Adquisición del dominio y servicios de hosting: Se estima una inversión inicial de 4,000 euros para comprar y registrar el dominio, pagar los gastos de la base de datos y garantizar una experiencia de usuario fluida y accesible. Esta inversión asegura la presencia online y un soporte técnico adecuado para la operación de la plataforma.

Presupuesto de marketing inicial: Aunque no forma parte del apartado técnico, se considera esencial asignar recursos a campañas iniciales de promoción. Este presupuesto, incluido en los costos operativos globales, busca atraer usuarios y generar reconocimiento de marca durante el primer año de operaciones.

En total, la inversión inicial para el primer año asciende a 16,000 euros, cifra que representa el punto de partida para la viabilidad del proyecto. Estas inversiones son importantes y estratégicas para garantizar la calidad del producto y su aceptación en el mercado, estableciendo una base sólida para el crecimiento en los años posteriores.

Plan de Financiación

Hemos diseñado un plan de financiación estructurado que garantiza la viabilidad del proyecto desde su etapa inicial. Este plan contempla las necesidades esenciales para operar durante el primer año y establece las fuentes de financiación que aseguren los recursos necesarios para cubrir dichas necesidades. A continuación, se describe el desglose de los requerimientos financieros y las estrategias utilizadas para obtener los fondos requeridos.

Necesidades de Financiación

El proyecto requiere una inversión inicial que permita cubrir los costos fundamentales para el desarrollo y lanzamiento de la aplicación, así como para el mantenimiento y promoción durante el primer año. Las necesidades específicas incluyen:

Desarrollo y mantenimiento tecnológico: Contratación de un desarrollador técnico a medio tiempo con un salario estimado de 12,000 euros anuales . Este recurso se encargará del diseño, la programación, las actualizaciones y el mantenimiento técnico de la aplicación.

Dominio y servicios de hosting: La adquisición del dominio y el alojamiento web tiene un costo único estimado de 4,000 euros, esencial para la presencia digital y la disponibilidad de la aplicación.

Operaciones generales: Gastos administrativos relacionados con la gestión de eventos iniciales, que incluyen logística, promoción y otros costos variables, por un valor aproximado de 5,000 euros.

En total, las necesidades iniciales ascienden a 25,000 euros, distribuidos estratégicamente entre desarrollo, tecnología, marketing y operaciones esenciales.

Fuentes de Financiación

Para cubrir las necesidades financieras de SpanishFlow y garantizar una base sólida para el proyecto, se ha optado por una estrategia combinando recursos propios y financiamiento externo. Esto permite minimizar riesgos y asegurar la estabilidad económica necesaria para el desarrollo inicial de la empresa.

En primer lugar, los socios fundadores realizarán un aporte de capital social inicial de 4,000 euros. Adicionalmente, se gestionará un préstamo bancario de 20,000 euros. Este financiamiento, diseñado con una tasa de interés fija y un plan de amortización a cuatro años, proporciona los recursos necesarios para cubrir los costos operativos y de desarrollo durante el primer año.

En cuanto a los ingresos, se espera que el primer año sea un período de construcción y establecimiento de la marca, con ingresos limitados provenientes de colaboraciones puntuales y eventos pequeños. Sin embargo, a partir del segundo año, SpanishFlow proyecta generar ingresos más significativos gracias a asociaciones con empresas locales, patrocinadores, y la organización de eventos presenciales.

Proyección de Resultados a 4 Años

En esta sección se presentan las proyecciones financieras de SpanishFlow bajo tres escenarios distintos: pesimista, realista y optimista. Estos escenarios han sido desarrollados de la manera más realista posible, considerando tanto las oportunidades como las limitaciones de la empresa. El escenario optimista refleja el mejor desarrollo posible dentro de un marco alcanzable, el pesimista contempla el límite de viabilidad, y el realista representa una visión razonablemente alcanzable.

Escenario Pesimista

En este escenario, la expansión es más lenta de lo esperado debido a retos en la captación de usuarios y empresas colaboradoras. Aunque la aplicación mantiene cierta actividad, los ingresos anuales aumentan de forma gradual y limitada. Este escenario implica que la empresa no alcanza el punto de equilibrio con esta proyección pero se puede apreciar una convergencia entre los ingresos y gastos indicando que puede lograrse a un futuro cercano (ver Figura 3)

Los gastos operativos están gestionados estrictamente para mantener la viabilidad, pero el margen de ganancia sigue siendo ajustado. Los ratios de liquidez reflejan una capacidad básica para cumplir con obligaciones a corto plazo, iniciando con un valor de 1.10 en 2025 y alcanzando 2.18 en 2027 antes de disminuir a 0.27 en 2028 debido al aumento en costos proyectados.

Escenario Realista

Este escenario describe un crecimiento moderado y constante, logrando los objetivos planteados en el plan de negocios. Los ingresos provenientes de eventos y colaboraciones aumentan de manera sostenible, permitiendo alcanzar el punto de equilibrio en 2026, con un margen de rentabilidad creciente (ver Figura 4).

Los ratios financieros son sólidos, con una liquidez que pasa de 1.32 en 2025 a 3.30 en 2028, reflejando una gestión eficiente del flujo de caja. Además, el incremento en los ingresos permite reinvertir en mejoras de la aplicación y en la ampliación del alcance de los eventos culturales, consolidando la posición de la empresa en el mercado.

Escenario Optimista

El escenario optimista supone una adopción acelerada de la app, respaldada por estrategias de marketing efectivas y colaboraciones exitosas con empresas asociadas. En este

caso, los ingresos superan las expectativas iniciales, logrando el punto de equilibrio financiero en el segundo año (2026).

La proyección incluye un rápido aumento en usuarios activos y eventos organizados, lo que se traduce en mayores ingresos por colaboraciones y patrocinios (ver Figura 5). Los ratios de liquidez reflejan una posición financiera robusta, con un valor de 3.09 en el 2025 que luego de un descenso durante el 2026 y 2027 incrementa hasta un alcanzar 4.47 en el 2028. Esto permite a la empresa explorar nuevas oportunidades de expansión.

Contexto de Ratios y Escenarios

Los tres escenarios descritos son el resultado de un análisis exhaustivo y realista, considerando factores internos y externos que podrían influir en el desarrollo de SpanishFlow. El escenario pesimista se ajusta al límite de viabilidad, mientras que el realista representa la expectativa base de desempeño. El escenario optimista, aunque ambicioso, sigue siendo alcanzable gracias al enfoque estratégico de la empresa. Para complementar el análisis, se incluyen gráficos detallados en el anexo que ilustran las tendencias de ingresos y gastos de cada escenario. Esto facilita una visualización clara de las proyecciones y permite una evaluación más precisa de las estrategias planteadas (ver Figuras 3, 4, y 6).

Análisis de Viabilidad y Conclusiones

Viabilidad Financiera

SpanishFlow combina un capital social inicial de 4,000 euros con un préstamo bancario de 20,000 euros, estructurado con una tasa de interés fija y un plan de amortización a cuatro años. Esta estrategia asegura los recursos necesarios para cubrir costos iniciales, como el desarrollo y mantenimiento de la aplicación, campañas de marketing y gastos operativos

generales (BBVA, 2024). Este enfoque permite establecer una base financiera sólida, necesaria para operar durante el primer año.

En el primer año, los ingresos estarán limitados, provenientes principalmente de colaboraciones puntuales y eventos pequeños. Sin embargo, se espera un incremento significativo a partir del segundo año, impulsado por la consolidación de alianzas estratégicas con empresas locales y patrocinadores. Estas colaboraciones, junto con la organización de eventos presenciales y virtuales, garantizan una diversificación de ingresos, fortaleciendo la viabilidad del proyecto en el mediano plazo.

Conclusión del Apartado

SpanishFlow presenta un modelo de negocio realista y bien estructurado, respaldado por estrategias de financiamiento que aseguran su operación inicial y establecen las bases para su crecimiento. La combinación de recursos propios y externos, junto con una proyección de ingresos en aumento, posiciona a la empresa como una propuesta viable y sostenible en su segmento de mercado.

Conclusión

SpanishFlow ofrece una solución diferente para aprender español, enfocándose en el idioma cotidiano que se usa en la vida diaria. Su método combina una aplicación interactiva con eventos culturales, ayudando a los usuarios a comunicarse de manera más natural y adaptarse a contextos reales. Esto llena un vacío en el mercado, ya que muchas plataformas solo enseñan español formal.

El plan financiero muestra que el proyecto es viable, con una buena combinación de recursos propios y apoyo externo. Aunque el primer año será para establecer la empresa, se espera que crezca gracias a las colaboraciones con empresas locales y los eventos que organiza. Este modelo no solo enseña el idioma, sino que también ayuda a los usuarios a conocer la cultura española.

En resumen, SpanishFlow se presenta como una opción única en el mercado, destacándose por su enfoque práctico y su capacidad para ayudar a las personas a integrarse mejor en los entornos hispanohablantes. Esto la posiciona como una herramienta útil y con mucho potencial para el futuro.

Limitaciones

En varias oportunidades hemos pedido la colaboración de Santiago Castañeda para varias tareas pero en vez de ponerle el esfuerzo y dedicación que requiere un proyecto de esta envergadura generalmente solo realizaba lo mínimo posible. La última situación que me lleva a ponerle en este apartado fue que no realizó su apartado financiero ni con el mínimo esfuerzo, no realizó ni la mitad del excel ni escribió el apartado financiero pidiendo a chat gpt que lo genere uno que no tenía nada que ver con nuestro proyecto, ej. ponía que teníamos maquinarias, inversiones financieras y terrenos cuando no teníamos, siendo ese el trabajo que entrego.

Referencias

Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras. Autodiagnóstico. (n.d.).

<https://autodiagnosticos.ipyme.org/Emprendedores>

Communications. (2024b, May 27). *11 formas de financiar un proyecto*. BBVA NOTICIAS.

<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/11-formas-de-financiar-un-proyecto/>

Creación. Portal IPYME. (n.d.-a). <https://plataformapyme.es/es-es/creacion/Paginas/proceso>

[-de-constitucion-detalle.aspx?Nombre=Sociedad+de+Responsabilidad+Limitada+](https://plataformapyme.es/es-es/creacion/Paginas/proceso-de-constitucion-detalle.aspx?Nombre=Sociedad+de+Responsabilidad+Limitada+)

Laboral Elección de Forma Jurídica. Portal IPYME. (n.d.-b).

<https://plataformapyme.es/es-es/creacion/formas-juridicas/Paginas/default.aspx>

Herramienta Dafo. (n.d.). <https://dafo.ipyme.org/dafos>

Plan de Empresa de la DGEIPYME. Inicio. (n.d.). <https://planempresa.ipyme.org/>

Por Carlos Sanchez Publicado 24/01/2020 Actualizado hace 4 años, Sanchez, P. C., dice:,

C. E. A. J., dice:, D. A. R. B., dice:, C. SE., dice:, S., dice:, G. flores huaman, &

dice:, P. (n.d.). *Formato Apa*. Normas APA. <https://normas-apa.org/formato/>

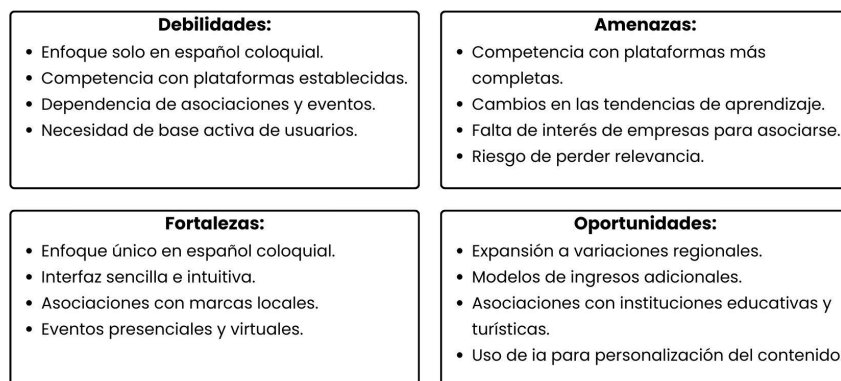
Student Paper Setup Guide, APA style 7th edition. (n.d.).

<https://apastyle.apa.org/instructional-aids/student-paper-setup-guide.pdf>

Anexo

Figura 1

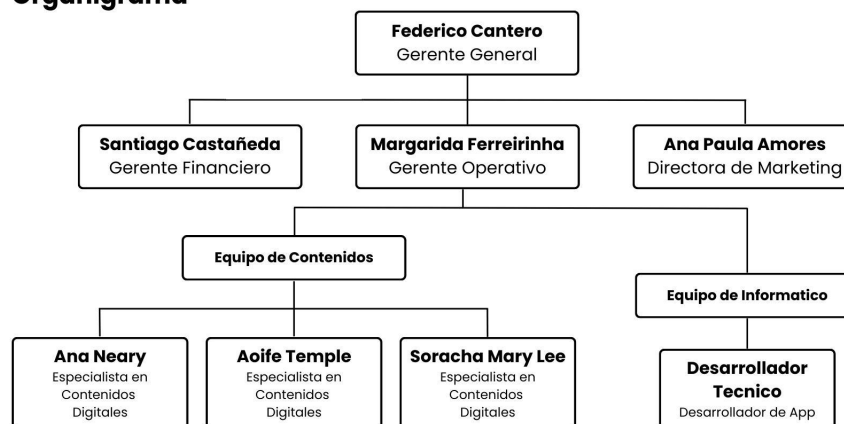
FODA – SWOT



Nota. La figura arriba indica un resumen de la FODA de la empresa.

Figura 2

Organigrama



Nota. El organigrama arriba establece al equipo de contenidos en una posición más alta a la de equipos informáticos, teniendo en cuenta que también son importantes promotores de la empresa.

Figura 3

Gráfico Ingresos y Gastos Escenario Pesimista

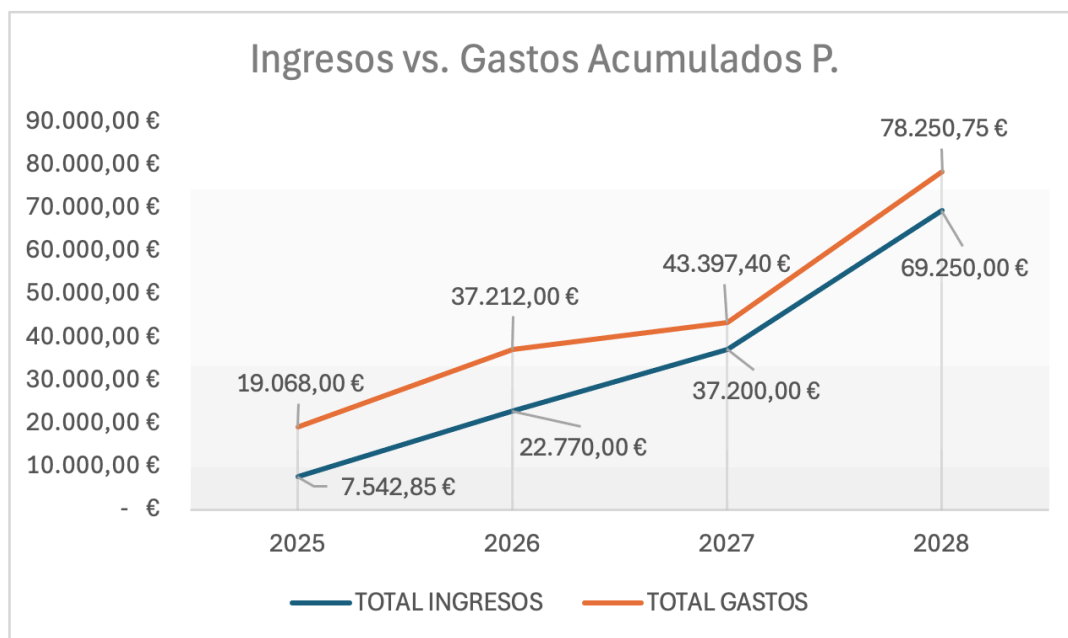
**Figura 4**

Gráfico de Ingresos vs. Gastos del Escenario Realista

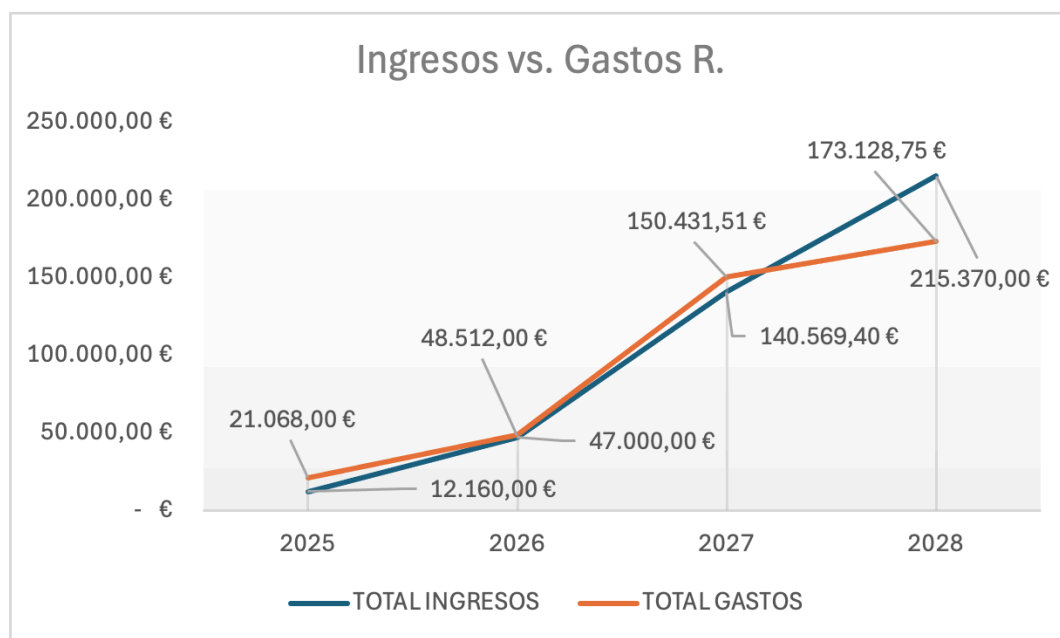


Figura 5

Gráfico de la Evolución Usuarios Activos Eventos y Posicionamiento de Marca

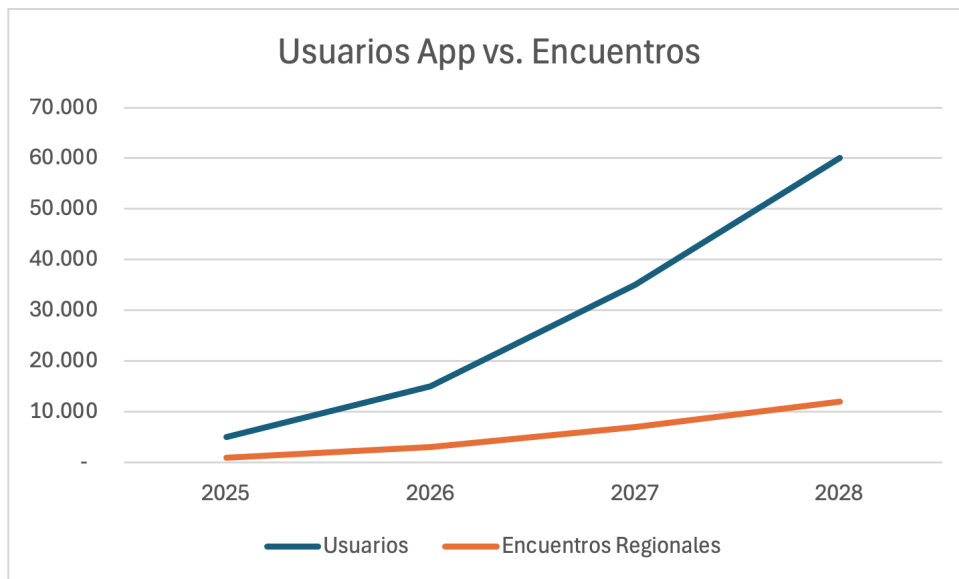
**Figura 6**

Gráfico de los Ingresos y Gastos del Escenario Optimista

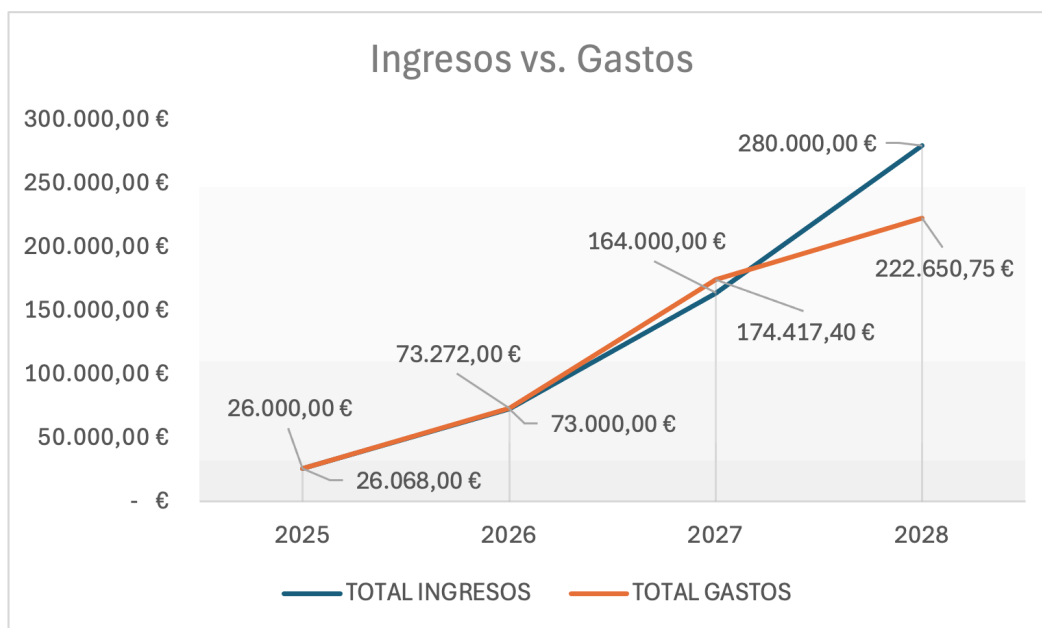


Figura 7**Balance de Situación del Escenario Realista**

BALANCE DE SITUACIÓN				
Conceptos\Años	2025	2026	2027	2028
A) ACTIVO NO CORRIENTE	6.800,00 €	10.175,00 €	11.978,00 €	13.887,00 €
Inmovilizado intangible	5.675,00 €	7.850,00 €	7.900,00 €	6.950,00 €
Inmovilizado material	1.125,00 €	2.325,00 €	4.078,00 €	6.937,00 €
Inversiones financieras a LP	- €	- €	- €	- €
Otros activos no corrientes	- €	- €	- €	- €
B) ACTIVO CORRIENTE	6.631,41 €	38.834,57 €	50.404,28 €	56.260,60 €
Existencias	- €	- €	- €	- €
Clientes	- €	- €	- €	- €
Otros activos corrientes	- €	- €	- €	- €
Efectivo y activo líquido	6.631,41 €	38.834,57 €	50.404,28 €	56.260,60 €
TOTAL ACTIVO (A)+(B)	13.431,41 €	49.009,57 €	62.382,28 €	70.147,60 €
A) PATRIMONIO NETO	- 6.568,59 €	- 5.990,43 €	- 21.617,72 €	3.147,60 €
A-1) Fondos Propios	- 6.568,59 €	- 5.990,43 €	- 21.617,72 €	3.147,60 €
Capital	4.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €
Prima Emisión	- €	- €	- €	- €
Reservas	- €	- 10.568,59 €	- 15.990,43 €	- 31.617,72 €
Resultado del ejercicio	- 10.568,59 €	- 5.421,84 €	- 15.627,30 €	24.765,32 €
A-2) Subvenciones capital	- €	- €	- €	- €
B) PASIVO NO CORRIENTE	15.000,00 €	44.000,00 €	67.000,00 €	50.000,00 €
Deudas a largo plazo	15.000,00 €	44.000,00 €	67.000,00 €	50.000,00 €
Otros pasivos no corrientes	- €	- €	- €	- €
C) PASIVO CORRIENTE	5.000,00 €	11.000,00 €	17.000,00 €	17.000,00 €
Deuda a corto plazo	5.000,00 €	11.000,00 €	17.000,00 €	17.000,00 €
Acreedores comerciales	- €	- €	- €	- €
Otras cuentas a pagar	- €	- €	- €	- €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO A)+(B)+(C)	13.431,41 €	49.009,57 €	62.382,28 €	70.147,60 €

Figura 8**Cuentas de PyG del Escenario Realista**

Cuenta de Resultados PyG				
Conceptos\Años	2025	2026	2027	2028
Importe neto de cifra de negocios	12.160,00 €	47.000,00 €	140.569,40 €	215.370,00 €
Aumento de existencias	- €	- €	- €	- €
Activación I+D	- €	- €	- €	- €
Otros ingresos de explotación	- €	- €	- €	- €
TOTAL INGRESOS	12.160,00 €	47.000,00 €	140.569,40 €	215.370,00 €
Aprovisionamientos	5.000,00 €	20.300,00 €	60.014,11 €	82.478,00 €
Gastos de personal	15.960,00 €	28.020,00 €	90.040,00 €	90.040,00 €
Otros gastos de explotación	108,00 €	192,00 €	377,40 €	610,75 €
TOTAL GASTOS	21.068,00 €	48.512,00 €	150.431,51 €	173.128,75 €
Resultado bruto explotación	- 8.908,00 €	- 1.512,00 €	- 9.862,11 €	42.241,25 €
Amortización inmovilizado	1.200,00 €	2.625,00 €	3.797,00 €	5.291,00 €
Imputación de subvenciones	- €	- €	- €	- €
Resultado explotación	- 10.108,00 €	- 4.137,00 €	- 13.659,11 €	36.950,25 €
Resultado financiero	- 460,59 €	- 1.284,84 €	- 1.968,19 €	- 1.571,22 €
Resultado antes de impuestos	- 10.568,59 €	- 5.421,84 €	- 15.627,30 €	35.379,03 €
Impuesto de sociedades	- 3.170,58 €	- 1.626,55 €	- 4.688,19 €	10.613,71 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	- 10.568,59 €	- 5.421,84 €	- 15.627,30 €	24.765,32 €