

**JUST 2 SPEAK**

# Índice

<b>One page</b>	03
1. Resumen Ejecutivo	04
2. Identificación de la oportunidad de negocio	10
2.1. Problema y oportunidad	11
2.2. Experimentación y validación	11
3. Presentación de la empresa Just2Speak	13
3.1. Visión y misión	14
3.2. Valores	14
4. Análisis estratégico	
4.1. Análisis del entorno	15
4.1.1. Factor político y legal	16
4.1.2. Factor económico	16
4.1.3. Factor demográfico	17
4.1.4. Factor socio-cultural	18
4.1.5. Factor tecnológico	18
4.2. Análisis del sector	19
4.2.1. Tendencias en el mercado	20
4.2.2. Valorización del mercado	20
4.2.3. Análisis de la competencia	21
4.3. Análisis estratégico: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO)	25
4.4. Modelo de negocio (Canvas)	26
4.5. Propuesta de valor	27
5. Plan de operaciones	28
5.1. Cadena de valor	29
5.2. Customer journey	30
6. Gestión de recursos humanos	32
7. Gestión Legal	36
8. Plan de marketing	37
8.1. Segmentación	38
8.2. Definición del público objetivo	38
8.3. Posicionamiento	39
8.4. Marketing Mix	39
8.4.1. Producto	39
8.4.2. Precio	41
8.4.3. Comunicación	41
8.4.4. Distribución	42
8.5. Plan de comunicación	42
9. Plan Financiero	43
9.1. Activos y pasivos	44
9.1.1 Activos de partida	44
9.2.2 Pasivos de partida	45
9.2. Previsión de ingresos	46
9.3. Coste de ventas	46
9.4. Cuenta de Resultados	47

9.5.	Balance de la situación	48
9.6	Datos relevantes	50
9.7	Resumen de Ratios Financieros.	51
10.	Cronograma de implementación	52
11.	Anexos	53
12.	Índice de tablas	
	Tabla 5.3. DAFO cruzado	
	Tabla 5.4. Modelo Canvas	
13.	Índice de figuras	
	Figura 5.2.3. Análisis de la competencia	
	Figura 6.1. Cadena de valor	
	Figura 7.4.4. Participación de mercado por sistema operativo móvil	
14.	Referencias bibliográficas	64

APP PARA PRACTICAR IDIOMAS

# JUST2SPEAK

EL IDIOMA CONECTA A LAS PERSONAS

## ¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una aplicación multiplataforma dirigida a personas que quieran practicar un idioma, mejorar su fluidez y que estén dispuestas a hacerlo de manera divertida e interactiva. Creemos que el idioma es una herramienta muy importante para conectar personas, descubrir y seguir aprendiendo cosas nuevas.

**Just2Speak** ofrece la oportunidad de tener una conversación en el idioma que se desea practicar con otra persona que domina muy bien dicho idioma. Somos distintos a las plataformas que existen actualmente, **Just2Speak** permite iniciar una conversación de manera inmediata entre los usuarios, y así practicar la pronunciación y fluidez de un idioma.

## ¿DE QUÉ SE TRATA?

Just2Speak es una plataforma de intercambio de idiomas entre personas que necesitan mejorar en un idioma **-Students-** y otras personas que deseen ganar dinero por mantener una conversación en el idioma que más dominan **-Coach-**. Los **Students** podrán acceder a una conversación de media hora por \$6, de la cual el Coach comisionará el 42 por ciento.

¿CÓMO FUNCIONA?

### 1. CONÉCTATE



### 2. SELECCIONA EL IDIOMA



### 3. ESCOGE A TU COACH



INTERACTÚA  
¡Y DIVIÉRTETE!



**Bonus:** Porque sabemos que los usuarios están comprometidos en generar un impacto positivo en el mundo, los **Coachs** tendrán la posibilidad de donar el ingreso obtenido en la sesión de conversación a una ONG predeterminada.

## ¿CUÁL ES EL PROBLEMA?

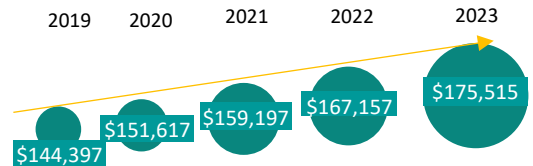
Las personas interesadas en aprender un idioma cuentan con muchas opciones disponibles en el mercado. El problema principal es que estas personas no usan el idioma diariamente, por lo que su nivel de conversación no es el óptimo. Para mejorar su fluidez no cuentan con una alternativa parecida a la experiencia conversar con hablantes nativos.

## ¿CÓMO LO SOLUCIONAMOS?

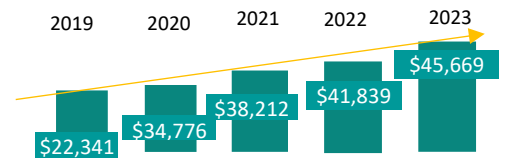
- ✓ Comunidad de usuarios con interés en el idioma y comunicación.
- ✓ Disponible las 24 horas del día.
- ✓ Conversaciones inmediatas
- ✓ Los usuarios podrán calificar la experiencia recibida y compartirlo en la comunidad J2S.
- ✓ Conocer personas de distintas partes del mundo.

## PRINCIPALES INDICADORES

### VENTAS (\$)



### EBITDA (\$)



### PLAN DE INVERSIÓN (\$)

AÑO	APERTURA	2019	2020	2021	2022	2023
INVERSIÓN	156,000	128,260	113,954	102,581	123,101	138,990

### RATIOS CLAVE

VAN	\$4,098.99
TIR	16.71%
PAYBACK	3 AÑOS

\*Tasa de descuento de 15%

Disponible en:



# 1 Resumen Ejecutivo



## 1. Resumen ejecutivo

**JUST2SPEAK**

### 1.1 ¿Qué es Just2Speak?

**Just2Speak** es un startup creada para ofrecer y solventar la necesidad de muchas personas de practicar un idioma; y otras personas - **Coach** -que deseen ganar dinero practicando su idioma y conectando con otros usuarios. Esto de forma sencilla y sin tener que desplazarse, a través de una multi-plataforma responsive (aplicación móvil y página web).

Nuestra **Misión** es la de ofrecer una conexión eficaz, inmediata, de interacción cultural a un costo bajo.

Nuestra **Visión** es convertirnos en la solución de referencia a la hora de querer mejor y perfeccionar un idioma de forma fácil a tan solo un clic.

Nuestros **valores** condicionan la forma en la que nos relacionamos unos con otros:

- ✓ **Compromiso:** Ofreciendo siempre una interacción multicultural de múltiple elección.
- ✓ **Calidad:** Con conexión eficaz y multi-plataforma responsive.
- ✓ **Colaboración:** Una comunidad de colaboración mutua.
- ✓ **Innovación:** Siempre a la vanguardia para así poder satisfacer las expectativas de nuestros **Students** y **Coach**.
- ✓ **Cooperación social:** Comprometidos con el bien social ayudando al menos favorecido.



## 1.2 ¿Quiénes integran Just2Speak?

Lo conforman seis socios fundadores multidiciplinarios, altamente cualificados que cuentan con un perfil dotado de las habilidades para el desarrollo de la empresa. Su espíritu emprendedor e innovador le añade valor a la empresa. Los mismos son de diferentes nacionalidades, costarricense, dominicana y peruana. Lo cual permite que éstos compartan sus experiencias culturales desde tres escenarios de distintos países de Latinoamérica.

Dichos responsables son los que se encargan del desarrollo de la empresa según sus experiencias profesionales en cada una de las áreas.



Joel González



Judith de León



Luisa Guzmán



Yancy Elizondo



Xiomara Samanez



Manuel Romero

## 1.3 Nuestra Propuesta de Valor

La propuesta de valor ofrece una plataforma online colaborativa P2P que conecta personas que necesiten mejorar o practicar un idioma, con otras personas que deseen ganar dinero extra por mantener una conversación en su idioma, a través de la conversación a un bajo costo, de forma inmediata y sin tener que desplazarse.

Asimismo, las validaciones realizadas por medio de entrevistas, encuestas y observación arrojan la necesidad de contar con una solución optima y de bajo costo. Por lo que nuestra propuesta de valor es ofrecer:

- ✓ Interacción con personas que hablen el idioma del interés del **Student**.
- ✓ La posibilidad de elegir el país o zona geográfica con la que deseen contactar.
- ✓ Conversaciones inmediatas sobre los temas de interés las 24 horas.
- ✓ La posibilidad de conversar con otros usuarios sin tener que agregarlo o revelar tus datos personales a terceros.
- ✓ Un costo bajo.

#### 1.4 Modelo de negocio Just2Speak

El modelo de negocio que será implementado es peer to peer (P2P), debido a que se intercambian de forma directa cualquier tipo de conversación y/o información entre los ordenadores que estén interconectados entre el **Student** y **Coach**.

Nuestra solución además de conectar personas que necesiten mejorar o practicar un idioma con otras personas - **Coach** (no profesores), es ofrecer una experiencia divertida, flexible e interactiva. Es parte de nuestra diferenciación como modelo de negocio, ya que nuestro objetivo es que los usuarios puedan practicar el idioma de manera diferente sin sentir la presión de un horario, que en cada conversación se sienta relajado, se diviertan y a la vez mejoren su nivel en un idioma, por tal razón la medición y valoración de nuestros usuarios es parte fundamental de nuestras operaciones.

Asimismo, el **Coach** contará con la posibilidad de donar un porcentaje de sus ganancias a un fin de ayuda social. De forma tal de que, si el **Coach** decide donar ese porcentaje de la ganancia, nuestra plataforma donará el mismo porcentaje de la comisión ganada, de esta forma nos comprometemos como empresa ayudar a instituciones sin fines de lucro que ayudan a los más necesitados.

#### 1.5 ¿Quiénes son nuestros clientes en Just2Speak?

Según el estudio de mercado que realizamos principalmente en 3 países, los cuales fueron República Dominicana, Costa Rica y Perú; podemos indicar que **Just2Speak** se dirigirá a dos segmentos de clientes principalmente:

1. Usuarios hombres y mujeres, con edades entre los 18 años en adelante que ya cuenten con dominio u/o conocimiento de un segundo o más idiomas y deseen mejorar y practicar el mismo. Que cuenten con un nivel socioeconómico medio- medio alto, que posea un Smartphone, Tablet o desktop en el cual pueda conectarse desde cualquier parte del mundo.
2. Un segundo segmento es el de usuarios, llamados “**Coachs**”, de edades entre los 18 años en adelante que desea ayudar y compartir su idioma nativo con otros y adicional quieran ganarse un dinero extra, los mismos deben poseer un Smartphone, Tablet o desktop en el cual pueda conectarse desde cualquier parte del mundo. Tener una actitud positiva, respetuosa, con facilidad de comunicación, empatía y con un gran sentido de motivación para el usuario.

#### 1.6 ¿Cuál es el tamaño de nuestro mercado?

El mercado potencial para **Just2Speak** se estimó en un inicio en República Dominicana, como marco de referencia para el lanzamiento de la aplicación. Lo cual nos arrojó que del total de la población de los 10,075,000 personas, el 73% son personas con edades de los 15 y 54 años, además los grupos socioeconómicos Alto y Medio-alto, están compuestos por personas que perciben un nivel de ingresos que les permite acceder a cualquier servicio o producto sin muchas restricciones.



Estos grupos representan alrededor del 30% de la población. Así mismo, la demanda de escuelas de idiomas es cada vez más alta en el país, debido a que cerca del 92% de ofertas de empleo pide que los profesionales dominen al menos dos idiomas, por lo tanto, se considera como potenciales clientes de **Just2Speak**.

Finalmente, se estima que el total del mercado para **Just2Speak** a nivel global sea aproximadamente de 2.000 usuarios mensualmente.

### 1.7 ¿Cómo funciona **Just2Speak**?

Al ser una empresa que cuenta con una multi- plataforma *responsive*, el **Student** puede acceder desde cualquier dispositivo ya sea móvil, laptop, destok o Tablet.

Los pasos para los **Student** son los siguientes:

- Conéctate
- Escoge
- Interactúa
- ¡Y diviértete!

El **Student** solo necesita crear un usuario en la plataforma para poder conectarse. El **Coach** debe registrarse y cursar un proceso probatorio y de admisión, que se realiza desde la misma aplicación.

## MEJORAR EN UN **IDIOMA** NUNCA HA SIDO TAN **DIVERTIDO**



## 1.8 Mecánica de monetización de Just2Speak.

La aplicación contará con dos tipos de usuarios, **Student** y **Coach**, donde cada uno contará con licencia de uso.

- **Student:** Para este tipo de usuario la monetización en el precio tendrá una variación que dependerá del paquete seleccionado. Dentro de la primera fase del proyecto, el precio será de \$6 por 30 minutos de conversación, bajo el nombre de paquete express.
- **Coach:** Tendrá un ingreso equivalente al 42% del tiempo invertido por el cliente.

## 1.9 Claves del negocio y cifras financieras

La actividad económica de **Just2Speak** iniciará con un patrimonio neto de US\$156,000.00; de los cuales US\$70,000.00 serán aportados por los socios fundadores y US\$86,000.00 que serán financiados a través de una institución bancaria, con un plan de financiación a 5 años generando un interés acumulado de US\$11,375.60. El pago se realizará a través de 60 cuotas mensuales.

La proyección de ingresos del proyecto presenta un porcentaje de crecimiento de un 5% en un periodo de 5 años, se estima que para el año 2023 la empresa obtendrá un ingreso de **USD175,515.00**

La rentabilidad financiera (**ROE**) para el 2023 se estima en el 26,34% y la rentabilidad económica en (ROI) en un 32,66%.

Adicional el proyecto cuenta con un VAN (Valor Actual Neto o Valor Capital) de 4,098.99 por lo tanto deberíamos de invertir, así como una rentabilidad del proyecto de inversión TIR (Tasa Interna de Rentabilidad) de un 16,71%.

Las claves del éxito de **Just2Speak** son:

- Modelo de negocio con alternativas de crecimiento a futuro.
- Solución que conecta personas de manera inmediata y a un costo bajo.
- Permite resolver una necesidad latente.

## 1.10 Estrategia a futuro

La empresa **Just2Speak** tendrá sus oficinas en República Dominicana e inicia sus operaciones en una primera etapa con un paquete express, el cual consiste en una sesión de 30 minutos a un costo de US\$6.00, de los cuales 42% pago de incentivo al **Coach** y el 58% para la empresa. Con una visualización a futuro de contar con diferentes paquetes por cantidad de sesiones con el **Coach** o bien membresías anuales.

2

Just2**Speak**

Oportunidad de Negocio

## 2. Identificación de la oportunidad de negocio

### 2.1. Problema y oportunidad

Las personas interesadas en aprender un idioma cuentan con muchas opciones disponibles en el mercado. El problema principal es que no usan ese idioma diariamente, por lo que su nivel de conversación no es óptimo. Además, las soluciones para esto son muy costosas, poco eficientes y no suelen ser convenientes.

En la actualidad, existen diferentes plataformas de idiomas en formato E-learning. Sin embargo, estas herramientas tienen algunas deficiencias como; por ejemplo, limitaciones en los beneficios de usuario, uso indebido de los chats de la comunidad, alto consumo de la batería del dispositivo, ocupan mucho espacio de almacenamiento, entre otras.

Por otro lado, hay personas dispuestas a compartir algún conocimiento que dominen y obtener un ingreso adicional por ello.

En la actualidad, los consumidores demandan conveniencia, comodidad y servicios personalizados. Es así, como se identifica la oportunidad de ofrecer una plataforma en la que las personas que deseen practicar un idioma puedan contactar, de manera inmediata, con un usuario registrado de la plataforma para tener una conversación en el idioma que se desea mejorar.

### 2.2. Experimentación y validación

Para validar la existencia del problema y evaluar la disposición de compra, se realizaron entrevistas a profundidad, encuestas, *mystery shopper* e investigación de fuentes secundarias.

Las principales hipótesis que se tenían como objetivo validar durante la investigación fueron:

Usuarios que desean mejorar en un idioma:

H1: Las personas consideran muy importante mejorar la fluidez de los idiomas que conocen.

H2: Las opciones disponibles para mejorar las habilidades de conversación no son eficaces.

H3: Las personas que desean mejorar en un idioma están dispuestas a comprar sesión de conversación a través de una aplicación.

Usuarios que dominan un idioma:

H1: Es interesante la propuesta de ganar dinero por participar en una conversación, ayudando a otras personas a mejorar en un idioma.

H2: Es motivadora la opción de donar el dinero ganado a una asociación de ayuda social.

Los principales hallazgos del proceso de investigación fueron los siguientes:

- Menos del 30% de las personas que conoce otro idioma, reconoce dominarlo muy bien.
- No disponer de tiempo, no contar con alguien con quien practicar, opciones costosas, son las principales razones por las que las personas no mejoran en el idioma aprendido.
- Sin embargo, 8 de cada 10 personas considera muy importante mejorar la fluidez y pronunciación en los idiomas aprendidos.
- Se pudo encontrar que los principales *drivers* para mejorar en un idioma son el desarrollo profesional y superación personal. Además, entre los beneficios que se obtienen por mejorar en un idioma, se menciona la posibilidad de conocer más personas y poder enseñar a otros.
- Entre las opciones disponibles para mejorar en un idioma, las clases personalizadas son consideradas más efectivas.
- La mayoría de entrevistados mostró una actitud favorable a la propuesta de Just2Speak. Además, estarían dispuestos a pagar por unas sesiones de conversación de entre 30 y 60 minutos.
- Por otro lado, se pudo validar que la propuesta de ganar dinero por participar en una conversación aportando a que otra persona mejore en un idioma, resulta interesante.
- El 74% de los encuestados y entrevistados respondieron que, de ser un tutor en ocasiones, estaría dispuesto a donar el dinero para un fin social.

3

# Presentación de Just2Speak

### 3. Presentación de la empresa Just2Speak

Just2Speak es un startup creada con el propósito de ofrecer y brindar una solución a la necesidad de muchas personas de conversar y practicar un idioma en específico con otras personas, denominadas como “Coach s”. El **Coach** es una persona que comprende y habla el idioma en cuestión, y que desea ganar dinero practicando su idioma y/o idiomas que domina al 100% por medio de la conversación.

Dicho interactuar les permitirá a ambas partes, no solo el beneficio mutuo que conlleva el aprendizaje para una parte y la generación de una remuneración económica para la otra, sino también el conocer y relacionarse con personas de distintas partes del mundo, de diferentes orígenes y culturas. Todo lo anterior se puede lograr de forma sencilla, práctica, conveniente y sujeta a flexibilidad, a través de una multiplataforma responsiva y accesible al público en general.

#### 3.1. Visión y misión

Nuestra **Misión** es la de ofrecer una conexión eficaz, inmediata, de interacción cultural a un costo bajo.

Nuestra **Visión** es convertirnos en la solución de referencia a la hora de querer mejorar y perfeccionar un idioma de forma fácil a tan solo un clic.

#### 3.2. Valores

Nuestros valores condicionan la forma en la que nos relacionamos unos con otros.

- ✓ **Compromiso:** Ofreciendo siempre una interacción multicultural de múltiple elección.
- ✓ **Calidad:** Con conexión eficaz y multi-plataforma responsive.
- ✓ **Colaboración:** En ambas vías conversando unos con otros.
- ✓ **Innovación:** Siempre a la vanguardia para así poder satisfacer las expectativas de nuestros **Students** y **Coach**.
- ✓ **Cooperación social:** Comprometidos con el bien social ayudando al menos favorecido.

4

# Análisis del Entorno



## 4. Análisis del Entorno

Hoy en día el dominio de idiomas es un elemento necesario y esencial para los negocios y la comunicación internacional, dicha necesidad impacta positivamente el crecimiento de la economía global. Actualmente el interés por aprender y practicar un idioma está en ascenso y es mayor el porcentaje de países que llevan a cabo programas estratégicos que requieren cuantiosas inversiones para aumentar el porcentaje de individuos nacionales que dominan más de un idioma.

La propuesta de negocio tiene la posibilidad de ser implementado en varios países y cada país de pertenencia de los usuarios potenciales de la aplicación posee diversos comportamientos en los factores que puedan beneficiar o afectar el modelo de negocio, y por aplicación académica, el análisis del entorno se focalizará en República Dominicana.

### 4.1 Factor político y legal

En República Dominicana se está desarrollando un ambiente favorable para los emprendimientos.

En el país se aprobó la Ley de Emprendimiento (688-16) en noviembre del 2016, la cual conlleva un régimen especial para el fomento de la creación y formalización de empresas. El objetivo principal es crear incentivos para los emprendedores, así reducir la tasa de desempleo, y eliminar los obstáculos de formalización y consolidación de empresas.

Entre los beneficios de la nueva Ley, se encuentra el reconocimiento de la Red Nacional de Emprendimiento para que sea un canal de comunicación en donde el sector público y el privado propongan políticas y regulaciones que impulsen el emprendimiento como una agenda nacional.

### 4.2 Factor económico

República Dominicana es uno de los países de Latinoamérica con rápido crecimiento económico, y, además, ha logrado reducir significativamente la pobreza.

✓ **Crecimiento económico:**

República Dominicana es uno de los países de América Latina y el Caribe con crecimiento económico más constante durante los últimos 25 años. Sin embargo, en el 2017 tuvo un crecimiento por debajo del promedio anual (7,1 por ciento) registrado entre los años 2014 y 2016, creció sólo 4.6 por ciento.

En este contexto, se espera que el Producto Bruto Interno (PBI) crezca cerca de un 5 por ciento en el 2018.

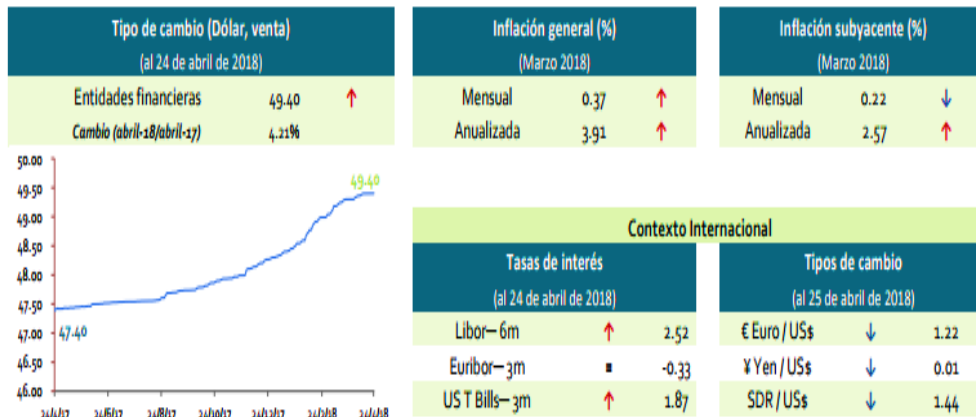
✓ **Sectores que crecieron:**

Las actividades que más contribuyen al crecimiento económico del país son: Hoteles, Bares y Restaurantes (6.8%), Servicios Financieros (6.2%), Agropecuario (5.9%), Zonas Francas (5.5%), Transporte y Almacenamiento (5.1%), Construcción (3.7%), Manufactura local (3.0%) y Comercio (3.0%).

✓ **Tasa de inflación:**

“La inflación interanual cerró en 4.20%, en torno al valor central del rango meta de 4%±1% establecido en el Programa Monetario, explicada principalmente por el comportamiento de los precios de algunos alimentos y de los combustibles; mientras que la inflación subyacente, asociada a las condiciones monetarias, finalizó en 2.36% al cierre del pasado año”. (Listín Diario Económico)

En las estadísticas del ministerio de Economía encontramos los siguientes indicadores económicos:



Fuente: <http://economia.gob.do>.

### 4.3 Factor demográfico

La población de la República Dominicana en el 2018 estimada por las Naciones Unidas es de 10'859,463 millones de personas, quedando en el puesto número 82 en población entre las 193 naciones del mundo. En ese año, aproximadamente el 5% de la población tenía más de 65 años, mientras que el 35 % de la población era menor de 15 años. Había 103 hombres por cada 100 mujeres en el país en 2016.

#### 4.4 Factor sociocultural

La tendencia global en los consumidores es la preferencia de productos y marcas con beneficios sociales y ambientales. Según el estudio global de comportamiento del consumidor, realizado por Nielsen en el 2017, casi 4 de cada 10 encuestados globales dijeron estar dispuestos a pagar por productos Premium orgánicos o con ingredientes naturales (42%) o *eco-friendly* o elaborados con materiales sustentables (39%), y 31% dijo que estaría dispuesto a pagar por productos socialmente responsables.

En cuanto a Latinoamérica, el comportamiento del consumidor también está evolucionando. De acuerdo al informe de Nielsen, se pueden señalar algunas tendencias importantes:

- El crecimiento de las poblaciones urbanas acelera el estilo de vida de los consumidores. Debido a esto, están incrementando los formatos pequeños como tiendas de descuentos y tiendas de conveniencia y proximidad.
- El desarrollo del e-commerce en Latinoamérica todavía se encuentra en una etapa temprana. Sin embargo, el incremento de la población con acceso a internet, la posesión de *smartphones* y el aumento de estrategias digitales de *retails* de la región fomentarán el crecimiento de las compras *online*.
- El enfoque de los consumidores sobre la salud y el bienestar ha incrementado. Los latinos buscan productos saludables que los ayuden a cumplir sus objetivos.

#### 4.5 Factores tecnológicos

En enero del 2018, el Observatorio de Medios Digitales Dominicanos comunicó los resultados de un estudio llamado el "Uso de Internet en Latinoamérica 2017", el cual abarcó 13 países de Latinoamérica, la República Dominicana cuenta con una penetración de Internet de un 67%, por encima del promedio en la región que es de 62%, y además se encuentra en mejor posición que países de Centroamérica, México y Venezuela, que solo alcanzan un 60%.

En República Dominicana el 56% de los usuarios de Internet son mujeres, mientras que el 46% hombres. De esos dos grupos el 65% está compuesto por "millennials" (nacidos entre 1980 y 2000).

El 92% accede a internet a través de dispositivos móviles.

Cuando los usuarios son cuestionados acerca del uso que hacen de Internet, el 66% admite que lo utiliza para chatear y solo 34% para realizar cursos y capacitaciones online.

5

# Analisis del Sector

## 5. Análisis del sector

### 5.1 Tendencias del mercado

- Evolución del mercado de aplicaciones móviles: Según el informe del portal Statista, hay más de 5 millones de aplicaciones disponibles en las principales tiendas (Google Play, App Store, Amazon, etc), y todo indica a que en los próximos años continuará aumentando. Al 2017, los ingresos por descargas y compras dentro de las aplicaciones alcanzaron 82 billones de dólares a nivel global, y se calcula que dentro de 5 años esta cifra alcance los 139 billones de dólares.
- Economía colaborativa: Surge un nuevo tipo de economía, una economía de intercambio donde se comparten recursos y servicios, lo que tiene impacto positivo en el entorno económico, social, y ambiental. La economía colaborativa representa una nueva forma de interactuar y realizar transacciones a través de diferentes formas de valor. Así es como cambia la actitud de los consumidores y usuarios para ganar dinero extra, ahorrar, tener más tiempo para el entretenimiento, conocer nuevos amigos o ir de vacaciones. Esta evolución del mercado se debe a que las personas están dispuestas a compartir y confiar en otras personas con los mismos intereses.

### 5.2 Valorización del mercado

Para determinar el máximo del mercado que Just2Speak podría alcanzar, se estimó la demanda potencial existente en República Dominicana, como marco de referencia para el lanzamiento de la aplicación.

- La población total es de 10,075,000 personas.
- Personas entre las edades de 15 y 54 años representan alrededor de 5,823,350
- En los últimos años, ha aumentado la telefonía móvil y penetración de smartphones en la población. La tenencia de estos dispositivos alcanza el 42%.
- Los grupos socioeconómicos Alto y Medio-alto, están compuestos por personas que perciben un nivel de ingresos que les permite acceder a cualquier servicio o producto sin muchas restricciones. Estos grupos representan alrededor del 30% de la población.
- La demanda de escuelas del idioma inglés es alta en el país, debido a que cerca del 92% de ofertas de empleo pide que los profesionales dominen este idioma. Consideraremos este mismo porcentaje para la demanda del público objetivo en mejorar su nivel de inglés.

Por lo tanto:

675,042 potenciales usuarios de Just2Speak

Precio del paquete Standard: \$6.00

TAM: 4'050,252 dólares

### 5.3 Análisis de la competencia

Actualmente, existen plataformas online dirigidas al aprendizaje y práctica de un idioma.

#### A. Sitios webs online y apps que permiten hablar diferentes idiomas con otros estudiantes.



- a. **Busuu:** es una comunidad online para aprender y profundizar en idiomas, en la que los usuarios pueden ayudarse a mejorar sus capacidades lingüísticas en 12 idiomas, los usuarios pueden corregir los ejercicios de otros usuarios, hacer test y tener conversaciones reales para compartir dudas. Se puede acceder a través de web u aplicación. En la actualidad cuentan con 60 millones de usuarios y es líder en el mundo de aplicaciones en aprendizaje de idiomas.
- i. Monetización: Ofrece 4 tipos de paquetes pagaderos por mes (mínimo 3 meses € 9,99, 6 meses € 9,49, 1 año etc)
  - ii. Fortalezas: Ha sido alabada por su buen diseño, gráficos limpios, frescos, de colores vivos y por su facilidad de acceso y manejo, además cuenta con una opción de modo sin conexión, aprender sin conexión a Internet.
  - iii. Debilidades: Los usuarios comentan que la aplicación es más recomendable para aprender idiomas europeos que orientales.



- b. **PenPal Worlds:** es un website que establece una conexión entre usuarios, permite elegir la nacionalidad de la persona con la que se quiere hablar otro idioma, lo que hace fácil conocer gente con los mismos intereses y donde se pueden crear vínculos tanto académicos como personales. No ofrece clases formales para sus usuarios. Cuenta con 2.300.000 miembros.
- i. Monetización: La versión gratuita permite contactar y responder hasta 3 miembros. La membresía VIP que inicia en los \$4 x mes y permite escribir hasta 50 miembros, solo se puede pagar con PayPal.
  - ii. Fortaleza: Web que da mucha importancia a la seguridad y protección de datos, muestran solo lo que el usuario quiere.
  - iii. Debilidades: Suele ser complicado conectar con la gente ya que únicamente puedes enviar tres mensajes diarios y su comunidad no tiene tantos usuarios en comparación con otras aplicaciones.



- c. **WeSpeke:** es una red social global para aprender y practicar idiomas online gratis con hablantes nativos, utiliza mensajes de texto, audio o video.
- i. Monetización: suscripción gratuita, ingresos por advertising.
  - ii. Fortaleza: cuenta con una herramienta pedagógica la cual sugiere y ayuda constantemente con algunas claves para mantener una conversación interesante y fluida.
  - iii. Debilidades: Al tratarse de una aplicación gratuita para hablar inglés online es necesario tener mucho cuidado ya que, dentro de la comunidad, mucha gente utiliza la plataforma para intereses que se alejan de los preconcebidos.



**HelloTalk**

- d. **Hello Talk:** es red social que pone en contacto hablantes nativos que te enseñan su idioma y al mismo tiempo tú le enseñas el tuyo, puede ser texto, audio o video. cuenta con alrededor de 7 millones de miembros.
- e.
- i. Monetización: tiene varias opciones, opción gratuita permite aprender solo 1 idioma, y hacer solo 15 traducciones, la membresía VIP, permite aprender 3 idiomas a la vez, herramienta de traducción ilimitada, pueden buscar miembros por ubicación, idioma nativo o idioma de aprendizaje y sin publicidad. El costo \$2,99 el mes, \$21,99 cada año
  - ii. Fortalezas: Herramientas de apoyo a la traducción, pronunciación y corrección de los usuarios.
  - iii. Debilidades: conexión relativamente lenta, la aplicación consume una gran cantidad de batería. Es una red social en la cual se comparten momentos en el idioma nativo o bien en qué quieres aprender o mejorar. No hay un compromiso.



- f. **Speaky:** es una red social para aprender idiomas y conocer personas de todo el mundo. El chat permite practicar escritura y lectura. A través del chat se agrega gente con la cual posteriormente se tiene la opción de hablar por audio y/o por video.
- g.
- i. Modelo de ingreso: Es gratuita, aunque ofrece una suscripción premium por 50€ al año.
  - ii. Fortaleza: El usuario tiene disponible un traductor al que recurrir en el caso de que desconozcas alguna palabra de vocabulario.

- iii. Debilidades: La comunidad comenta que la app no cuenta con sistema de notificaciones o sonido, para enterarse si entro un chat etc. Los usuarios que están conectados, conversar poco, no hay un compromiso.

**B. Sitios Webs y apps para hablar online con un profesor**



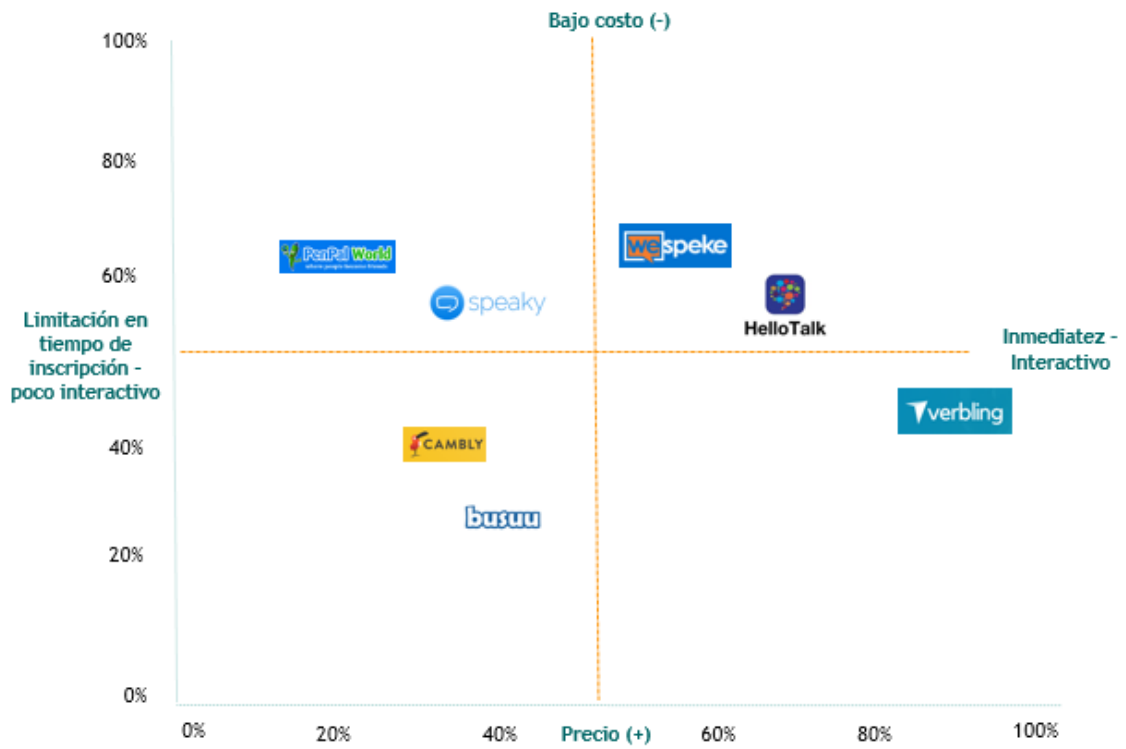
- a. Verbling es un sitio web y app para hablar online y facilitar el intercambio de idiomas. Su sistema es muy sencillo. Se trata de una plataforma en la que puedes asignar un profesor/tutor con el que programas las clases por videoconferencia. Así como una función de intercambio de idiomas entre los mismos usuarios para debatir temas por medio de mensajes en el muro.
  - i. Monetización: El costo de las clases varía mucho según el idioma (entre 6€ y 25€ la hora).
  - ii. Fortaleza: Lo que más valoran los usuarios es la adaptabilidad del servicio a los intereses del cliente (muchos horarios disponibles). Además, los usuarios siempre muestran simpatía con la buena atención al cliente que ofrece Verbling.
  - iii. Debilidad: La función de intercambio de idiomas está menos desarrollada que la función de clases por videoconferencia.



- b. Cambly, cuenta con una web y app con más de 100.000 usuarios en más de 190 países y ofrece la posibilidad de practicar 12 idiomas. Es la aplicación más popular en Arabia Saudí y Japón para aprender a hablar inglés.
  - i. Monetización: Es una plataforma de pago que ofrece sesiones individuales con un tutor pagaderos por mes, trimestre, semestre o anual y van desde €7.5 por clase de 30 minutos o bien sesiones grupales de 3 estudiantes con un tutor con precios que van desde los €7 la hora.
  - ii. Fortalezas: Un costo accesible aún alto al tratarse de solo 30 minutos.
  - iii. Debilidades: No existen muchos requisitos para ser tutor/profesor, por lo que la calidad del servicio prestado varía mucho. En muchas ocasiones las clases no tienen una preparación previa.



Figura 5.2.3 Análisis de la competencia



**5.4 Análisis estratégico de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO)**

El objetivo de este análisis es poder contar con un diagnóstico que nos permita tomar las decisiones estratégicas más oportunas en nuestro modelo de negocio.

Tabla 5.3. DAFO cruzado









<p><b>MATRIZ DAFO CRUZADO</b></p>	<p><b>Principales oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivos del gobierno para los emprendimientos.</li> <li>- Aumento de la población con acceso a internet y <i>smartphones</i>.</li> <li>- Los consumidores actuales prefieren a las marcas que se involucran en causas sociales.</li> <li>- Mayor interés de las personas en dominar idiomas.</li> <li>- El usuario actual busca comodidad e inmediatez.</li> </ul>	<p><b>Principales amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saturación de aplicaciones de entretenimiento y educativos.</li> <li>- Competencia con experiencia en el rubro.</li> <li>- El desarrollo del e-commerce en Latinoamérica todavía se encuentra en una etapa temprana.</li> </ul>
<p><b>Principales fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipo con experiencia en desarrollo de aplicaciones y marketing digital.</li> <li>- Modelo colaborativo con enfoque social.</li> <li>- Con Just2Speak los usuarios podrán iniciar una conversación de manera inmediata con los usuarios disponibles.</li> <li>- Precios competitivos.</li> </ul>	<p><b>Estrategias Fortalezas-Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener <i>feedback</i> constante para mejorar las funcionalidades de la app de acuerdo a las necesidades de los usuarios.</li> <li>- Comunicar los beneficios clave de Just2Speak: disponibilidad las 24 horas y conveniencia.</li> <li>- Comunicar e incentivar el uso de la app con fin social.</li> </ul>	<p><b>Estrategias Amenazas-Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-A través de una estrategia digital, se posicionará a la marca en los primeros lugares de los motores de búsqueda y ubicará los anuncios en los sitios web visitado por el target (compra programática)</li> <li>- Campaña de comunicación con <i>influencers</i> para disminuir la percepción de riesgo a pagos por internet.</li> </ul>
<p><b>Principales Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marca nueva</li> <li>Presupuesto limitado</li> <li>- Bajo control sobre los acuerdos entre los participantes fuera de Just2Speak.</li> </ul>	<p><b>Estrategias Oportunidades - Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategia de comunicación en los canales de promoción del emprendimiento del gobierno.</li> <li>- Motivar la conversación a través de la aplicación para continuar el apoyo social.</li> </ul>	<p><b>Estrategias Amenazas-Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrategia de comunicación anunciado los beneficios diferenciadores de Just2Speak.</li> </ul>

### 5.5 Modelo de negocio

Just2Speak propone un modelo de negocio colaborativo escalable. A través de un software de aplicación móvil se conectará a las personas con otros usuarios registrados en la plataforma, los cuales ofrecen un servicio de coaching manteniendo una conversación en el idioma que se desea practicar.

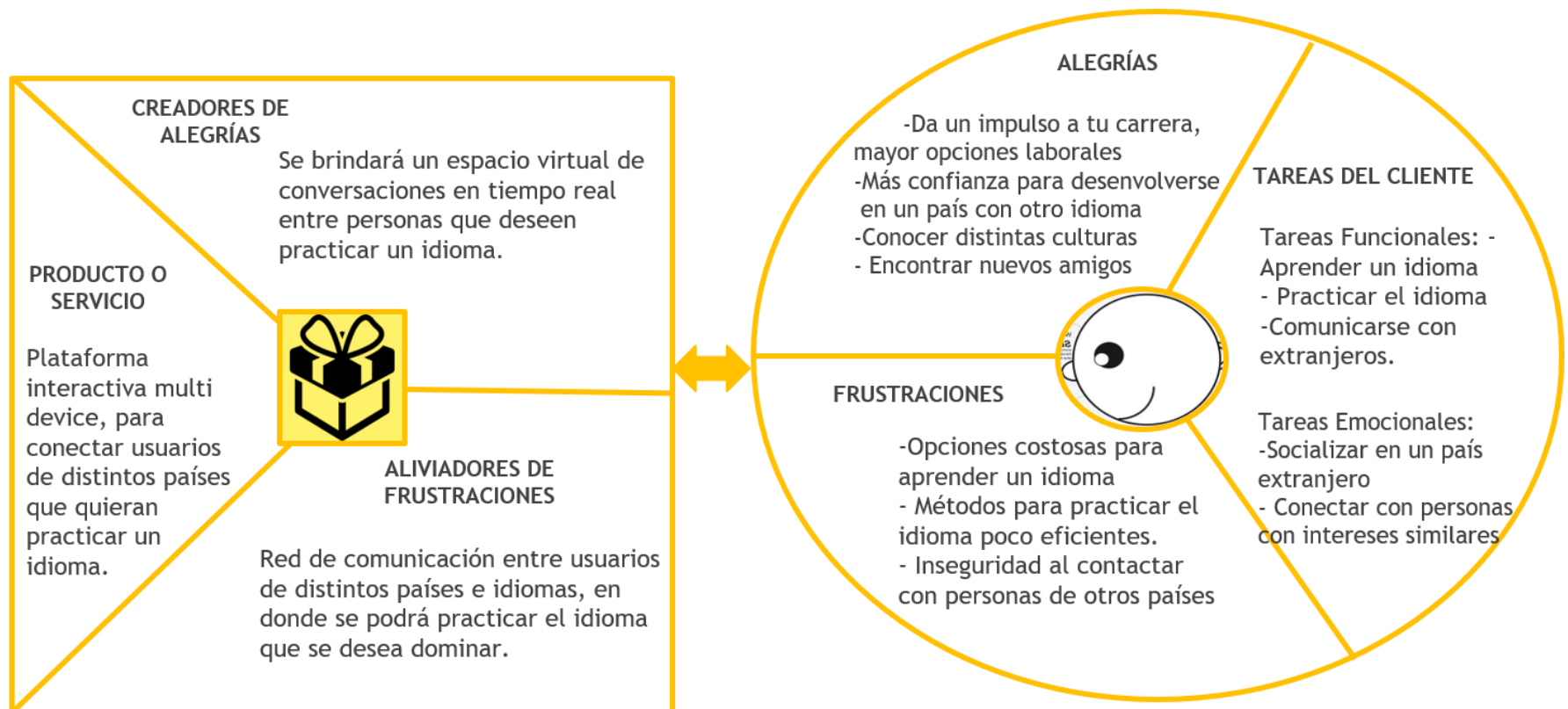
El canvas que resume el modelo de negocio Just2Speak se muestra a continuación:

Tabla 5.4: Modelo Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Outsourcing informático</li> <li>-Servicio de hosting de alta capacidad.</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mantenimiento y control de la app.</li> <li>-Estrategia de comunicación.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Disponibilidad inmediata de usuarios con lo que se puede tener una conversación en el idioma que se desea practicar.</li> <li>-Practicar el idioma deseado sin tener que agendar con anticipación la sesión de conversación.</li> <li>-Los usuarios “coach” tendrán la opción de hacer una donación a una ONG.</li> </ul>	<p><b>Relación con los clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Creación y mantenimiento de una comunidad entre los usuarios.</li> <li>-Newsletter con temas de interés.</li> <li>-Interacción por redes sociales</li> <li>-Encuesta de satisfacción</li> </ul> <p><b>Canales</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Google Play</li> <li>-App Store</li> <li>-Web site</li> </ul>	<p><b>Público objetivo</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Students: Hombres y mujeres entre 18 y 35 años que deseen mejorar su nivel de conversación en un idioma.</li> <li>-Coach: Hombres y mujeres entre 18 y 35 años que les interese ayudar a otras personas a mejorar un idioma por medio de una conversación.</li> </ul>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Comisión de los “coach”</p>		<p><b>Ingresos</b> </p> <p>Ventas de sesiones de conversación</p>		

## 5.6 Propuesta de valor:

Para determinar la propuesta de valor que mejor responda a los intereses y preferencias del público objetivo, se desarrolló el mapa de empatía. A partir del cual, se pudo concluir que las personas valoran la inmediatez, conveniencia y que les es importante mejorar en los idiomas que conocen para cumplir sus metas profesionales y personales.



6

# Plan de Operaciones

## 6 Plan de operaciones

Just2Speak dirigirá sus operaciones desde República Dominicana, ya que la mayoría de los socios son oriundos de este país, quienes propusieron aprovechar las ventajas competitivas establecidas en el Plan Estratégico de Educación 2017- 2020, el cual destaca que el Presidente considera como una prioridad nacional la educación, siendo la competencia científica y tecnológica una de las siete competencias básicas en todo su accionar durante este periodo y a la vez se han realizados varios acuerdos internacionales para colaborar en este sentido, adicional a esto, los costos de implementación y registro legal son más económicos, ya que la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI) tiene el compromiso de **“contribuir al aprovechamiento del desarrollo tecnológico con miras a generar bienestar y ser más competitivos”** .

### 6.1 Cadena de valor

Se usará el modelo propuesto por Porter para identificar las actividades que aportan valor al cliente.

Figura 6.1. Cadena de valor

<b>ACTIVIDADES DE APOYO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b> -Financiación para los gastos pre operativos -Financiación para las inversiones de crecimiento -Relación con los inversionistas				
	<b>GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS</b> -Los socios tendrán involucramiento directo con las actividades de la empresa -Workshops de la cultura empresarial con el personal tercerizado				
	<b>DESARROLLO DE TECNOLOGÍA</b> -Diseño del servicio -Diseño de funcionalidades -Desarrollo del servicio				
	<b>COMPRAS</b> - Compra de espacios publicitarios - Alquiler de servicios de almacenamiento y <i>hosting</i>				
	<b>LOGÍSTICA INTERNA</b>  -Recepción de data -Registro de usuarios	<b>OPERACIONES</b> -Mantenimiento de la app	<b>LOGÍSTICA EXTERNA</b> Procesamiento de pagos -Distribución y depósito de donaciones	<b>MARKETING Y VENTAS</b> -Campaña de marketing digital	<b>SERVICIO POST VENTA</b> -Servicio al cliente -Resolución de quejas -Programa de fidelización
	<b>ACTIVIDADES PRIMARIAS</b>				

## 6.2 Customer journey

A continuación, se detalla el Customer journey general de los usuarios nuevos:

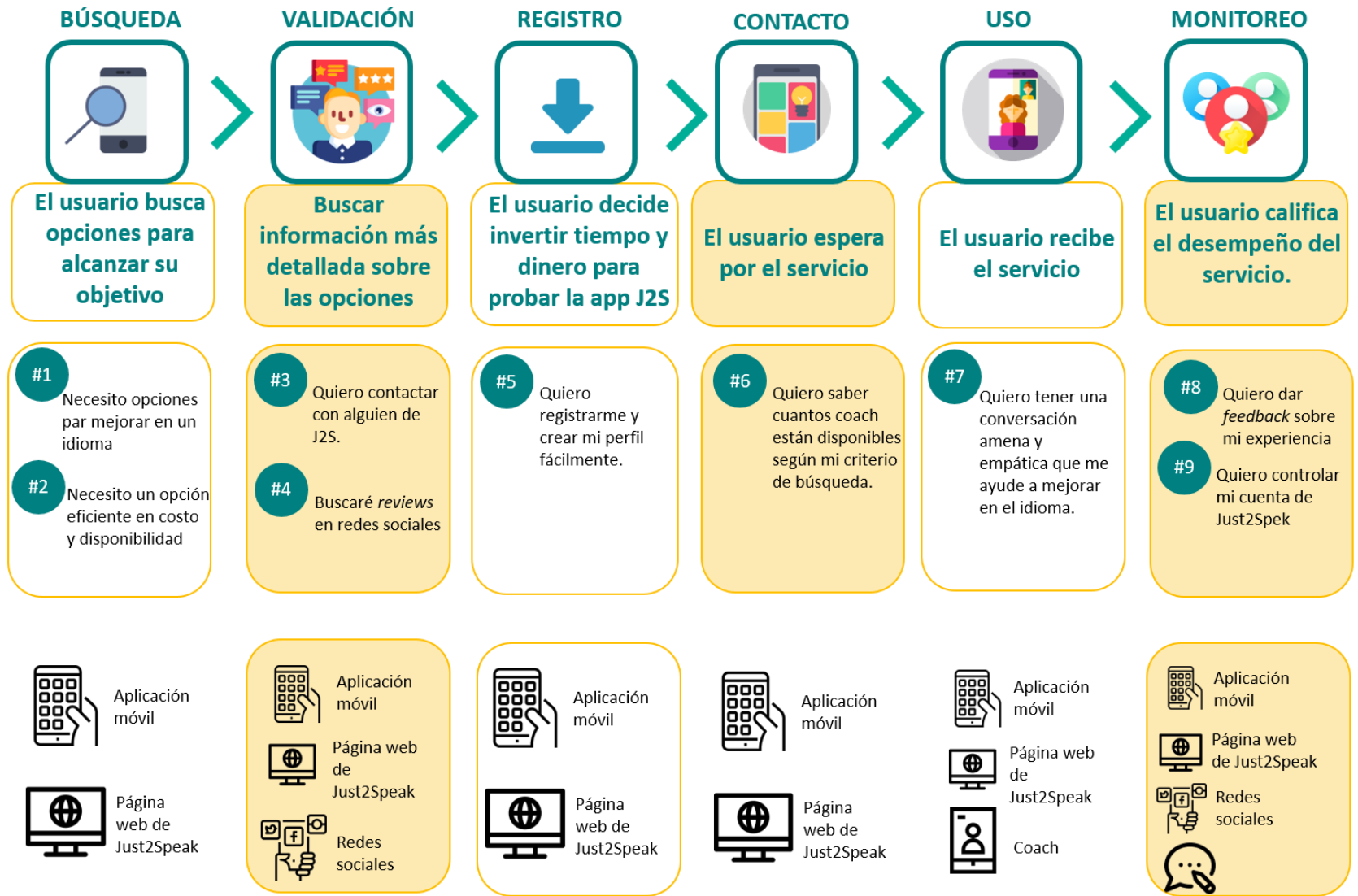
Momentos de la verdad del **Student** Customer journey:

1. Búsqueda: ¿Necesito confirmar la información que tengo sobre J2S?
  - a. Criterios de éxito:
    - i. Un *coach* debe estar disponible cuando lo necesite
    - ii. El método de práctica debe ayudarme a mejorar el nivel de conversación en otro idioma.
    - iii. Debe ser menos costoso que otras opciones disponibles
  
2. Validación: ¿Just2Speak es lo que necesito?
  - a. Criterios de éxito:
    - i. La página web de Just2Speak debe tener una sección de FAQ
    - ii. Debe haber alguna forma de contacto con alguien de Just2Speak, para poder resolver mis dudas.
    - iii. Debo poder encontrar en redes sociales, comentarios de otros usuarios sobre su experiencia.
    - iv. Debo encontrar información disponible sobre los *coachs*
  
3. Registro: ¿Quiero seguir usando Just2Speak?
  - a. Criterios de éxito:
    - i. Posibilidad de personalizar mi perfil
    - ii. Seleccionar mis preferencias e intereses
  
4. Contacto: ¿El proceso alcanzó mis expectativas?
  - a. Criterios de éxito:
    - i. Información de los *coachs* disponibles
    - ii. Selección sencilla del idioma y del *coach*
  
5. Uso: ¿El servicio alcanzó mis expectativas?
  - a. Criterios de éxito:
    - i. *Coach* educado y amable
    - ii. Conversación fluida e interesante
  
6. Monitoreo: ¿Usaré Just2Speak nuevamente?
  - a. Criterios de éxito:
    - i. Debo poder calificar al *coach*
    - ii. Debo poder calificar a la plataforma
    - iii. Quiero revisar todas las transacciones que hice

# -STUDENT- CUSTOMER JOURNEY

J2S CUSTOMER JOURNEY

OBJETIVOS DEL USUARIO

















# Plan de Recursos Humanos

El equipo emprendedor cuenta con profesionales de diferentes áreas, así como de diferentes nacionalidades (Costarricense, Dominicana y Peruana), lo cual permite que éstos compartan sus experiencias culturales desde tres escenarios de distintos países de Latinoamérica, así como lograr una amplia validación del problema a la escasez de opciones atractivas y amigables para practicar idiomas de forma práctica, inmediata y a un costo bajo, debido a la importancia que tiene hoy en día el dominio de diferentes idiomas para el buen desempeño en la sociedad tanto en la vida personal como profesional.

**7.1 Socios**

La empresa estará constituida por 6 socios fundadores los cuales tendrán la misma participación dentro de la empresa del 16,66%, asimismo invertirán en porcentajes iguales, para un aporte total de US\$70,000.00.

					
<b>Joel González</b>	<b>Judith de León</b>	<b>Luisa Guzmán</b>	<b>Yancy Elizondo</b>	<b>Xiomara Samanez</b>	<b>Manuel Romero</b>
<b>República Dominicana</b>	<b>República Dominicana</b>	<b>República Dominicana</b>	<b>Costa Rica</b>	<b>Perú</b>	<b>República Dominicana</b>
					

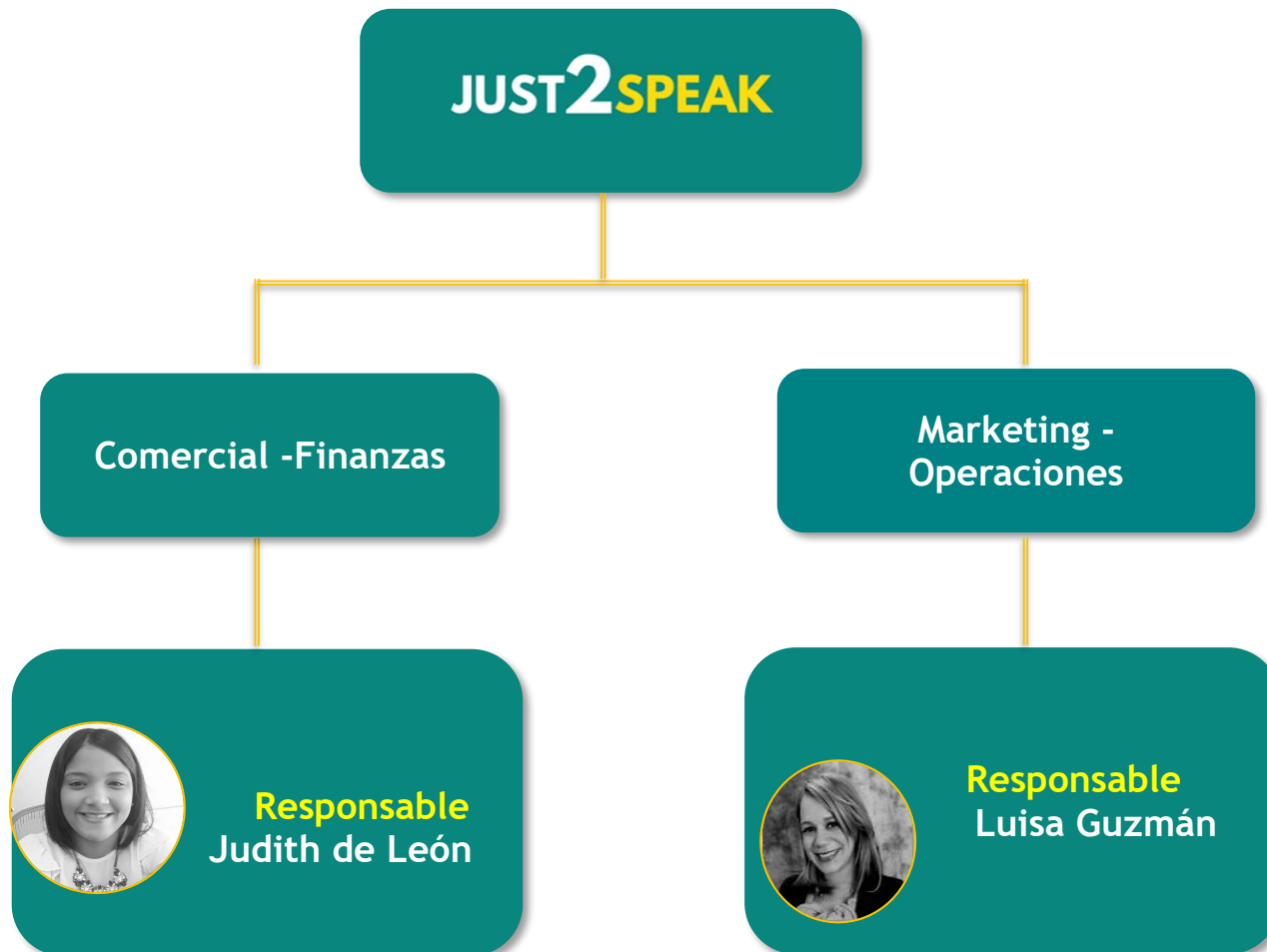
Los socios fundadores podrán ejercer funciones operativas, de soporte y/o gestión dentro de la empresa de la mano de los dos socios que laboran de forma regular y bajo el sistema de compensación.

Se desarrollará de forma mensual una reunión entre socios para revisar el cumplimiento de objetivos establecidos, así como para decisiones de índole económico como aprobación de nuevos préstamos, gastos extraordinarios etc.

Todos los socios están sujetos a firmar un pacto de socios, un acuerdo por el que regulamos las relaciones internas dentro de la sociedad, a fin de garantizar la resolución de conflictos que puedan poner en riesgo la continuidad del proyecto.

## 7.2 Organigrama

La empresa *Just2Speak* dispondrá de una estructura flexible y colaborativa entre socios en la primera etapa de creación y lanzamiento de la aplicación, después de ello optará por dividir las tareas a los socios responsables en el ámbito comercial-finanzas y marketing-operaciones.



La descripción de ambos puestos comprende:

<u>Posición</u>	<u>Responsable Comercial y Finanzas</u>
Cualificación	Titulación Universitaria, MBA y más de 5 años de experiencia
Función	Persona encargada de la formulación, planeación, organización, elaboración, implementación, ejecución y control de metas y estrategias para desarrollar toda la gestión comercial de la empresa en total coordinación con los socios.
Características requeridas	Emprendedor, capacidad para tomar decisiones, visión estratégica

<u>Posición</u>	<u>Responsable Marketing y Operaciones</u>
Cualificación	Titulación Universitaria, MBA y más de 5 años de experiencia
Función	Persona encargada de manejar las redes sociales, del desarrollo estratégico y ejecución de las iniciativas de mercadeo, así como la selección y aprobación de los coach a la plataforma por medio de las pruebas indicadas.
Características requeridas	Emprendedor, capacidad para tomar decisiones, visión estratégica e iniciativa, capacidad de comunicación.

### 7.3 Política salarial

La planilla de la compañía inicialmente estará compuesta por 2 de los socios fundadores, los cuales son los que se encargaran de forma regular y activa de la plataforma. Los mismos contarán con un salario mensual fijo de \$870 para los primeros años de la aplicación.

## 7.4 Gestión Legal

Cuando se trate del registro mercantil en la República Dominicana, el mismo es realizado como Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), debidamente reconocido por la cámara de comercio y regularizada bajo la Ley de Sociedad Comerciales 479-08, según las disposiciones que van desde el Art. 89 al 148 de dicha ley. Las relaciones comerciales que desarrollan desde dicho país serán regidas por el Código de Comercio de la República Dominicana y disposiciones de la cámara de comercio. Los procedimientos ordinarios y extraordinarios que no se encuentren regularizados por estas normas, serán regidos por el derecho común.

Para el registro mercantil en España, también es realizado como Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), aprobada por la Cámara de Comercio de España y bajo las disposiciones de la Ley de Sociedades Capital, Real decreto legislativo 1/2010, y sus actualizaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras fomento de la inversión y empleo; y el derecho común de España en los casos que se encuentren excluidos en dichas normativas.

El registro mercantil en Perú es constituido como SRL, según las disposiciones de la Ley General de Sociedades Comerciales, No. 26887 y debidamente registrada por la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), ya que dicho registro también es equivalente al registro mercantil de España.

El registro comercial en Costa Rica es realizado conforme a la Ley 3284, también conocida como el Código de Comercio y asentada en Registro Nacional de la República de Costa Rica.

Cuando se requiera establecer una central dentro en un país distinto a los anteriormente mencionados, el mismo será realizado bajo las leyes, resoluciones y disposiciones que regulen las sociedades comerciales dicho país, donde la primera elección será la constitución como SRL.

El negocio o empresa queda establecida como Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), para que cumpla con las normativas legales del país en que opera y para que la responsabilidad de la empresa quede limitada al capital aportado, sin que el patrimonio personal de los socios se vea afectado.

8

# Plan de **Marketing**

## 8 Plan de marketing

### 8.1 Segmentación

Hoy en día resulta imprescindible aprender otra lengua ya que en la mayoría de las áreas del conocimiento y desarrollo humano se utilizan otros idiomas. Por lo tanto, cada individuo tiene su propia historia, sus razones particulares para querer mejorar el idioma, en los cuales dentro de estas razones se encuentran, beneficios para la carrera, en negocio, en lo personales, beneficios en viajes, así como hobbies y beneficios académicos.

Por lo tanto, según el estudio de mercado que realizamos principalmente en 3 países (República Dominicana, Costa Rica y Perú) podemos indicar que uno de los segmento al cual nos dirigimos son individuo del sexo masculino o femenino, con edades entre los 18 años en adelante que ya cuenten con dominio u/o conocimiento de un segundo o más idiomas y desee mejorar y practicar el mismo, que cuenten con un nivel socioeconómico medio- medio alto, que posea un teléfono Smartphone, Tablet o desktop en el cual pueda conectarse desde cualquier parte del mundo.

Por lo tanto, las encuestas nos arrojaron que 83% de los encuestados mencionaron lo importante, clave e imprescindible y lo ven como una inversión el dominar diferentes idiomas, ya que ello acrecienta la posibilidad de conseguir un mejor trabajo, así como enriquece la vida social y cultural.

Adicional a ello, nuestro segundo segmento es el de personas en este caso llamado **Coach** de edades entre los 18 años en adelante que desea ayudar y compartir su idioma nativo con otros y adicional quieran ganarse un dinero extra, los mismos deben poseer un teléfono Smartphone, Tablet o desktop en el cual pueda conectarse desde cualquier parte del mundo. Tener una actitud positiva, respetuosa, con facilidad de comunicación, empatía y con un gran sentido de motivación para el usuario.

### 8.2 Definición del público objetivo

#### A) Students:

Personas que cuenta con un alto conocimiento de un idioma adicional al nativo, pero que necesita mejorar y practicarlo de forma rápida, fácil, sencilla con un costo bajo y sin tener que desplazarse. Por lo que usarán la App para buscar contactar con alguien según la preferencia en idioma, país, cultura, con una disponibilidad inmediata, así como una múltiple elección sin compromiso a largo plazo.

#### B) Coach:

Persona con un idioma nativo, deseosa de ganar dinero extra en sus tiempos libres, de conocer personas de diferentes culturas, así como de ayudar y aportar en su desarrollo, desenvolvimiento del idioma que el estudiante desea practicar según el escogido.

### 8.3 Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento de Just2Speak se basará en presentarse como una solución. La idea es demostrar que la aplicación puede resolver el problema con rapidez y eficiencia. Además, bajo el slogan “El idioma conecta personas” se creará y desarrollará una comunidad en la que se promueven nuevas amistades.

A diferencia de otras soluciones, Just2Speak promociona el aspecto humano y las ventajas de conversar con alguien que vive en el país/ciudad del idioma que se desea mejorar.

### 8.4 Marketing Mix

#### 8.4.1 Producto

La App Just2Speak es una plataforma de intercambio de idiomas entre personas que conocen y necesitan mejorar o practicar un idioma diferente al nativo y otras personas - **Coach** -que deseen ganar dinero practicando su idioma y conectando gente.

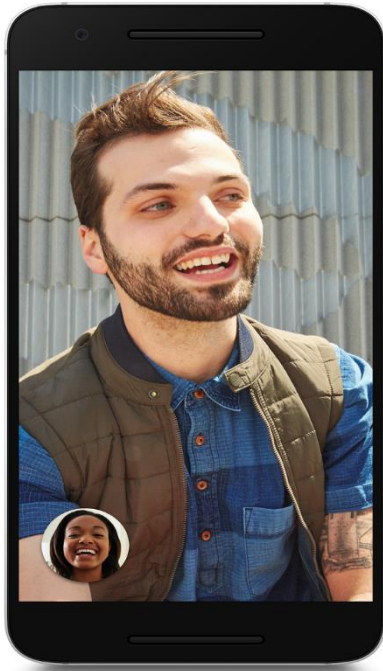


La aplicación viene a aportar algunas ventajas inherentes a la experiencia de practicar y mejorar un idioma a través de una aplicación de forma inmediata, esto debido a que en la actualidad las personas llevan el teléfono móvil en la mano o bolsillo, preparados para que guiarlos a través de cualquier circunstancia de la vida cotidiana, desde Google maps, waze para llegar a un determinado punto, aplicaciones que solucionan las compras de la vida diaria y hasta aplicaciones para ver las noticias en tiempo real o bien comunicarse con los seres queridos.

En este mundo tan acelerado en el cual vivimos y en el que tenemos poco tiempo para realizar las cosas, esta aplicación para practicar idiomas vendrá ayudar a las personas y hacerlas entender que no tienen por qué cambiar o alterar la rutina diaria, ya que pueden escoger el lugar, el día y la hora en que desean hablar y comunicarse con el **Coach** que prefieran, ya que Just2Speak ofrecerá una disponibilidad inmediata en tiempo real.

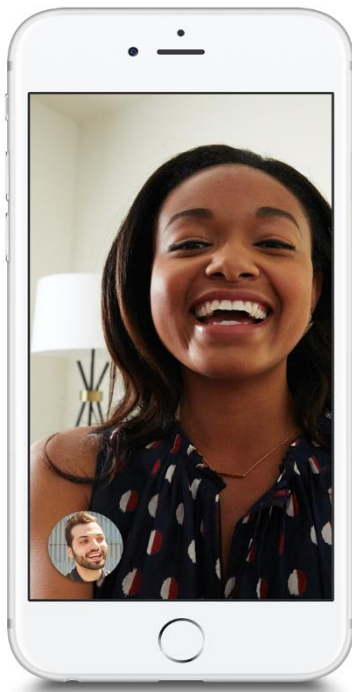
Por lo tanto **Just2Speak** ofrecerá a los **Coach** y a los **Students** diferentes herramientas que le permitan desarrollar e interactuar de manera participativa durante los 30 minutos de la conversación. Así mismo, brindará un sistema de ranking según el rendimiento, para que el **Student** seleccione el **Coach** que prefiera; y opciones para que el Coach seleccione si desea o no donar el porcentaje ganado durante la lección.





**El coach:**

- ✓ Se les ofrecerá tutorías de entrenamiento para guiarlos de qué forma desarrollar la conversación.
- ✓ Se les sugerirá temas de conversación de actualidad, así como temas según el perfil del **Student** así como la información de intereses aportados al momento de registro.
- ✓ Los **Coach** contarán en su perfil con un ranking, según la puntuación obtenida por medio del **Student**.
- ✓ Se les facilitará un diccionario en el cual el **Coach** pueda apoyarse al momento de la conversación.
- ✓ Al finalizar cada conversación el **Coach** irá acumulando el porcentaje ganado por cada clase, el cual será cancelado en la cuenta que indicó al momento de registrarse de forma semanal.
- ✓ El coach al finalizar cada sección contará con la opción de seleccionar si desea que se le pague el 100% del dinero o bien optar por la opción de donar el dinero a la ONG registrada.



**El student:**

- ✓ Se les ofrecerá temas de actualidad al momento de tomar la conversación con el coach y así aumentar los posibles temas de conversación.
- ✓ Se le facilitara un diccionario de traducción al momento de la conversación, de forma tal que sirva de apoyo al momento de la interacción en ambos sentidos.
- ✓ Los **Students** contarán con una guía de rankings, el cual les permita escoger el coach que mejor se ajuste a sus requerimientos y que le transmite mayor confianza.
- ✓ Al finalizar cada sección el **Student** debe calificar al coach según la experiencia obtenida durante de la clase. Siendo 5 estrellas la puntuación mayor.

### 8.4.2 Precio

La política de precios se basará en la cantidad de horas que mejor se ajuste a las necesidades de los **Students** así como la que mejor prefiera.

Debido a los resultados que arrojaron las encuestas y entrevistas, según los deseos, necesidades y requerimientos del **Student**, se ofrecerá en un inicio las siguientes funciones:

- La descarga de la aplicación será totalmente gratuita
- Se ofrecerá al **Student** la primera lección de manera gratuita, siempre y cuando esté comparta el link suministrado por Just2Speak con un amigo a quien pueda interesar la aplicación.
- Después de seleccionar el **Coach**, el **Student** cancelara \$6 por una conversación de 30 minutos.

El **Coach** comisionará un 42% de la cantidad de horas que realice o converse con el **Student**, cuanto mejor sea calificado más oportunidad tendrá de ser escogido y por ende la cantidad de horas practicadas será mayor, viéndose esto reflejado en el pago final.

Adicionalmente el coach contará con una opción llamada “Bonus” en la cual podrá donar el monto ganado a una ONG, ayudando así a buscar un impacto positivo en el mundo, en el momento que el **Coach** confirme dicha donación la empresa Just2Speak se compromete a donar el mismo porcentaje.

### 8.4.3 Comunicación

La estrategia de comunicación combinará acciones de Push y Pull marketing, es decir, las acciones de comunicación estarán destinadas a acercar la aplicación al público objetivo, así como también a atraerlos a descargar la aplicación.

Las acciones de comunicación se implementarán en plataformas digitales, lo que aportará a ubicar la página web de Just2Speak en las primeras ubicaciones de búsqueda en Google (SEO):

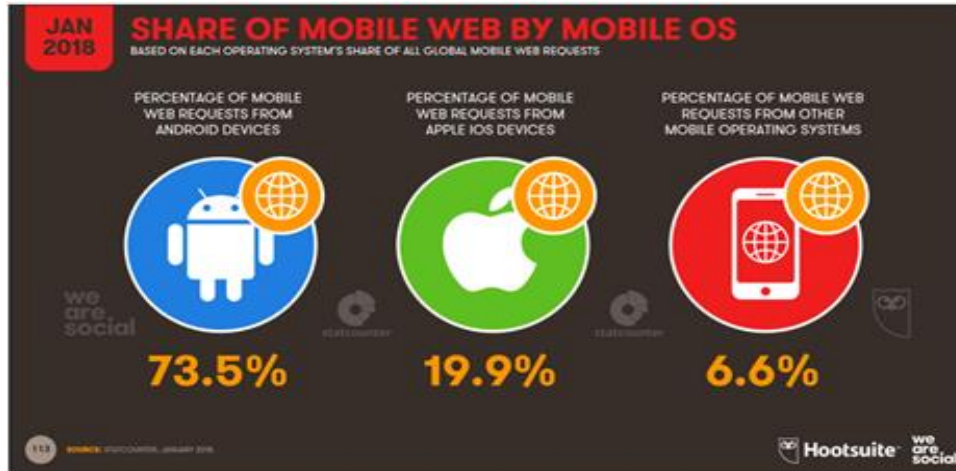
- Presencia en redes sociales, esto permite interacción más fluida entre los usuarios y generar conversación. Just2Speak busca inspirar, animar a los usuarios a compartir sus experiencias.
- Desarrollo de una *landing page* que se centrará en la funcionalidad de la aplicación. Incluirá reviews, demos y links de la aplicación stores
- Publicación de un Blog como herramienta en la construcción de interés por la aplicación, además que mejora la visibilidad en las búsquedas. Se desarrollará un sentimiento de comunidad que propicie *feedback* constante.
- Publicación de clips para YouTube ads
- Reviews de expertos e *Influencers*
- Venta programática para colocar anuncios en la web.

Por otro lado, también creemos que sería atractivo organizar *Meetups* para introducir la aplicación al público objetivo. Los cuales se llevarían a cabo en universidades, oficinas, eventos especializados, ferias, etc.

#### 8.4.4 Distribución

Just2Speak estará disponible en los dos principales mercados de aplicaciones: App Store y Google Play. Esto debido a que Google Play es el claro líder del mercado con un 73.5% con un sistema operativo Android, seguido de App Store con un 19.9% con un sistema operativo iOS, ampliando así el espectro de usuarios potenciales.

Figura 7.4.4. Participación de mercado por sistema operativo móvil



#### 8.5 Plan de comunicación y promoción

Pre lanzamiento:

- Creación de un *landing page* de la aplicación, con el mensaje adecuado que atraiga al target. De esta manera se puede monitorear las conversiones de la web. Además, se implementará un programa de suscripción para que los usuarios puedan recibir una notificación cuando la app ya esté disponible, además de contenido de interés.
- Campaña de Facebook e Instagram Ads que redirija al público al *landing page*.
- Campaña con *Influencers* de blogs, cuentas de Instagram y canales de YouTube que se dirijan al público objetivo.
- App store optimización, mejorar la visibilidad y conversión de la aplicación

Lanzamiento:

- Supervisar las publicaciones de la campaña con *Influencers*.

Post Lanzamiento:

- Mantener el impulso de descargas a través de anuncios móviles y venta programática.
- Campaña reward, los usuarios que recibirán beneficios cada vez que sus amigos descarguen y usen la aplicación.

# Plan de **Financiero**

## 9 Plan Financiero.

**Just2Speak** es un proyecto de negocio que será constituido como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), conforme a la ley 479-08 que rige las Sociedades comerciales y empresas de la República Dominicana, iniciando sus operaciones a partir del 1 de enero 2019.

En los estatutos que conforman la empresa se establece que dos socios estarán trabajando de manera directa en la compañía recibirán como beneficio de un salario mensual de US\$816.67 más el 16.67% de las ganancias que también recibirán los 4 socios restantes.

El Plan Financiero se ha elaborado a 5 años, iniciando sus operaciones el 1 de enero 2019 hasta el 31 de diciembre del 2023. El mismo se encuentra estrechamente vinculado al Plan Estratégico, el cual será contará con un Plan Operativo que será analizado anualmente, con la finalidad de que se puedan realizar las acciones y ajustes que garanticen el logro de los objetivos.

<b>Tipo Impositivo:</b>	<b>25%</b>
<b>ITBIS:</b>	21%
<b>Seguro Social para la empresa:</b>	15%
<b>Proyección de la inflación:</b>	4.5%
<b>Tasa de interés:</b>	5%

La moneda en la que está presentado el presente plan financiero es en dólares americanos (US\$).

El presente plan será desarrollado con los siguientes datos:

Descripción	Unidad De Medida De Referencia	IVA Repercutido	IVA Soportado	Precio Venta (Sin Iva)	Precio Coste (Sin Iva)	Margen Bruto Unitario	% Margen Bruto S/Ventas
<b>Paquete Express</b>	<b>30 minutos</b>	21%	21%	6.0	2.5	3.5	58.3%

### 9.1 Activos y Pasivos:

Nuestra actividad económica iniciará contando con un patrimonio neto de US\$156,000.00; de los cuales US\$70,000.00 serán aportados por los socios fundadores y US\$86,000.00 es la deuda a largo plazo por la adquisición de la aplicación.

#### 9.1.1 Activos de Partida

Enumeramos a continuación los principales activos de partida:

## ACTIVO NO CORRIENTE

- Inmovilizado Material
  - Mobiliario: incluye el equipamiento de la oficina desde donde inicialmente le estaremos dando seguimiento a las operaciones.
  - Equipos Informáticos: Se contemplan todas las computadoras a ser empleadas.
- Inmovilizado Intangible
  - Aplicaciones Informática y Páginas Web
  - Propiedad Industrial
- Gastos para la puesta en marcha
  - Gastos de 1er establecimiento y constitución
  - Gastos de constitución y ampliación de capital

<b>ACTIVO</b>	<b>Importe</b>	<b>% sobre el Total</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE ("Inmovilizado")</b>	<b>92,226.0</b>	<b>59.1%</b>
<i>Inmovilizado Material</i>	2,726.0	1.7%
<i>Mobiliario</i>	726.0	0.5%
<i>Equipos Informáticos</i>	2,000.0	1.3%
<i>Inmovilizado Intangible</i>	87,000.0	55.8%
<i>Aplicaciones Informáticas y Páginas Web</i>	86,000.0	55.1%
<i>Propiedad Industrial</i>	1,000.0	0.6%
<i>Gastos para la Puesta en Marcha</i>	2,500.0	1.6%
<i>Gastos de 1º Establecimiento y Constitución</i>	1,500.0	1.0%
<i>Gastos de Constitución y Ampliación Capital</i>	1,000.0	0.6%

Los activos corrientes de partida los resumimos a continuación:

	<b>Importe</b>	<b>% sobre el Total</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE ("Circulante")</b>	<b>63,774.0</b>	<b>40.9%</b>
Hac. Pública y Seg. Social Deudoras (Realizable)	19,367.5	12.4%
Hac. Pública Deudora por IVA Soportado	19,367.5	12.4%
Tesorería Inicial (Disponibile)	44,406.5	28.5%

**En conclusión:** nuestros activos estarán distribuidos de la siguiente manera: Los activos No Corrientes con un importe de US\$92,226.00, representando el 59.1% del total de los activos y los Activos Corrientes con un importe de US\$63,774.00, representando el 40.9% restante.

### 9.1.2 Pasivos de la Partida

Nuestra cuenta de pasivos está representada por las siguientes partidas: Patrimonio Neto que representa un 44.9% del total, mientras que el pasivo representa un 55.1%

<b>PATRIMONIO NETO y PASIVO</b>	<b>Importe</b>	<b>% sobre el Total</b>
<b>PATRIMONIO NETO - Recursos Propios (No Exigible)</b>	<b>70,000.0</b>	<b>44.9%</b>
<i>Capital</i>	70,000.0	44.9%
<i>Aportación en efectivo (Inversores Internos)</i>	70,000.0	44.9%
<b>PASIVO - Recursos Ajenos (Exigible)</b>	<b>86,000.0</b>	<b>55.1%</b>
<i>Deudas a Largo Plazo (Pasivo No Corriente)</i>	86,000.0	55.1%
<i>Acreedores L.P. Financieros - Préstamo (1)</i>	86,000.0	55.1%

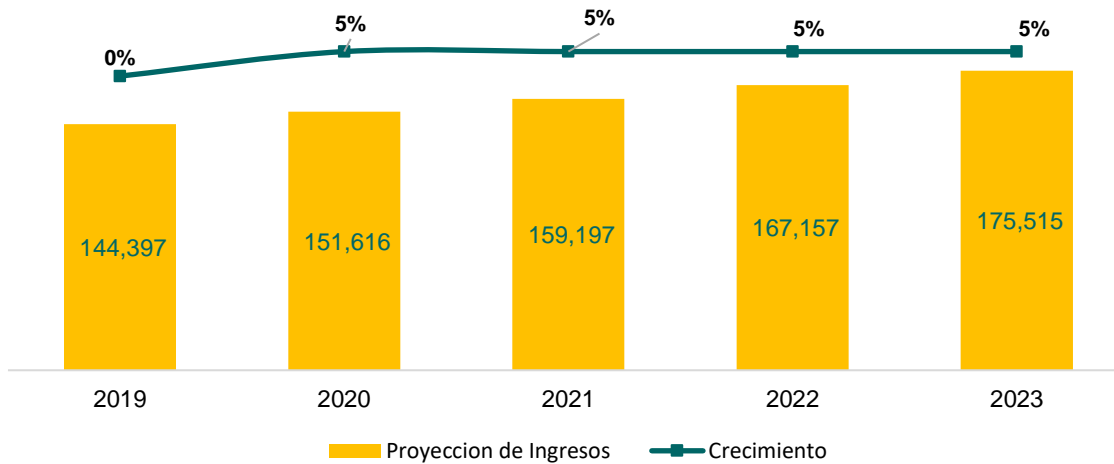
PATRIMONIO NETO y PASIVO TOTAL

156,000.0

100.0%

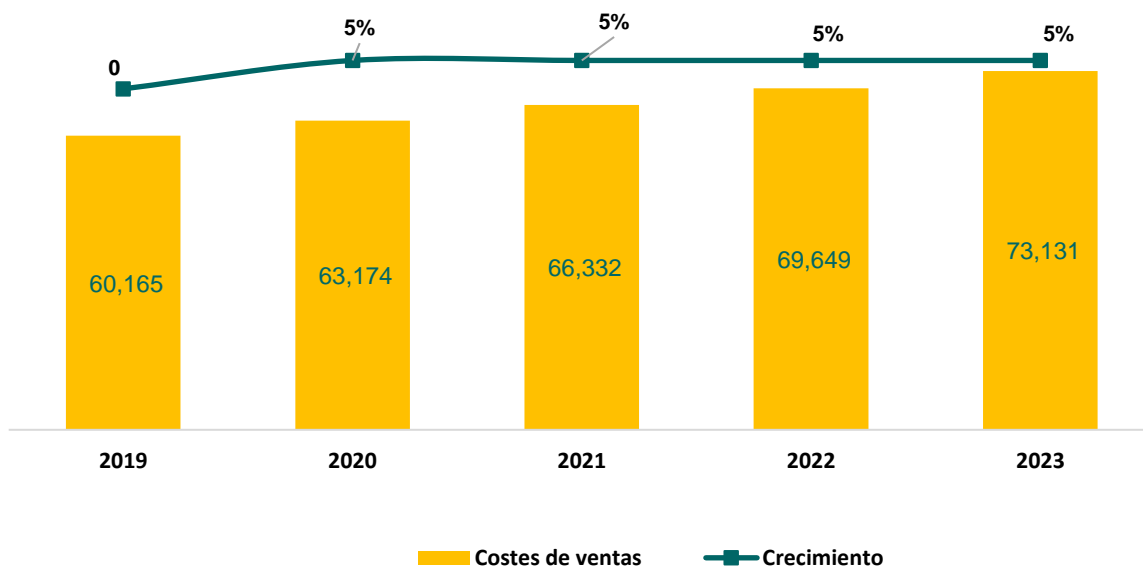
**9.2 Previsión de ingresos:**

La proyección de ingresos del proyecto presenta un porcentaje de crecimiento de un 5% en un periodo de 5 años, se estima que para el año 2023 la empresa obtendrá un ingreso de USD 175,515.00



**9.3 Coste de ventas:**

La empresa iniciará con el Paquete Express, el cual consiste en una sesión de 30 minutos a un costo de US\$6.00, de los cuales 42% pago de incentivo al coach y el 58% para la empresa.



#### 9.4 Cuenta de Resultados:

A continuación, la cuenta de resultados correspondiente al periodo 2019-2023:

Conceptos	Cierre Ejerc. 2019	Cierre Ejerc. 2020	Cierre Ejerc. 2021	Cierre Ejerc. 2022	Cierre Ejerc. 2023
Ventas (Ingresos)	144,396.66	151,616.49	159,197.32	167,157.18	175,515.04
Paquete express	144,396.66	151,616.49	159,197.32	167,157.18	175,515.04
Coste de Ventas (Costes Variables)	60,165.28	63,173.54	66,332.22	69,648.83	73,131.27
Margen Bruto s/Ventas	84,231.39	88,442.95	92,865.10	97,508.36	102,383.78
Sueldos y Salarios (Socios y Empleados)	20,800.00	20,800.00	20,800.00	20,800.00	20,800.00
Cargas Sociales (RETA y Seg Soc a Cargo Emp)	9,640.00	2,018.80	2,079.36	2,141.74	2,206.00
Suministros (Luz, Agua, Teléfono, Gas)	1,200.00	1,236.00	1,273.08	1,311.27	1,350.61
Gestoría, Asesoría y Auditoras (Servicios Profesionales Indep.)	1,200.00	1,236.00	1,273.08	1,311.27	1,350.61
Material de Oficina	600.00	618.00	636.54	655.64	675.31
Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas	12,000.00	12,360.00	12,730.80	13,112.72	13,506.11
Primas de Seguros	1,200.00	1,236.00	1,273.08	1,311.27	1,350.61
Trabajos Realizados por Otras Empresas	1,200.00	1,236.00	1,273.08	1,311.27	1,350.61
Arrendamientos y Cánones	12,000.00	12,360.00	12,730.80	13,112.72	13,506.11
Otros Servicios : app store	550.00	566.50	583.50	601.00	619.03
Gastos de Establecimiento	1,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Resultado Operativo (EBITDA)	22,341.39	34,775.65	38,211.78	41,839.44	45,668.79
Dotación Amortizaciones	29,605.93	29,605.93	29,605.93	272.60	272.60
Total Gastos de Explotación	91,495.93	83,273.23	84,259.25	55,941.52	56,987.59
Resultado de Explotación (EBIT) o (BAIL)	-7,264.55	5,169.72	8,605.85	41,566.84	45,396.19
Gastos Financieros	3,947.36	3,152.93	2,317.86	1,440.06	517.35
Resultado Financiero	-3,947.36	-3,152.93	-2,317.86	-1,440.06	-517.35
Resultado Antes de Impuestos y Res. Excepcionales	-11,211.91	2,016.79	6,287.99	40,126.78	44,878.84
Resultado Antes de Impuestos (EBT) o (BAI)	-11,211.91	2,016.79	6,287.99	40,126.78	44,878.84
Provisión Impuesto sobre Beneficios	0.00	504.20	1,572.00	10,031.69	11,219.71
Resultado Neto	-11,211.91	1,512.59	4,715.99	30,095.08	33,659.13
Valor Compras de Cada Ejercicio	60,165.28	63,173.54	66,332.22	69,648.83	73,131.27

Se puede apreciar que durante el primer año la cuenta de resultados presenta un resultado negativo y a partir del segundo año se presenta una variación de un 113.5%, la cual va incrementando significativamente en los años posteriores.



### 9.5 Balance a 5 años:

A continuación, balance previsto de los primeros 5 años:

	Apertura Ejerc. 2019		Cierre Ejerc. 2019		Cierre Ejerc. 2020	
	Dólares	%	Dólares	%	Dólares	%
<b>Activo No Corriente ("Inmovilizado")</b>	92,226.00	59.12%	60,120.07	46.87%	30,514.13	26.78%
Inmovilizado Material	2,726.00	1.75%	2,726.00	2.13%	2,726.00	2.39%
- Amort. Acumul. Inmóvil. Material	0.00	0.00%	-702.97	-0.55%	-1,478.53	-1.30%
Inmovilizado Intangible	87,000.00	55.77%	87,000.00	67.83%	87,000.00	76.35%
- Amort. Acumul. Inmóvil. Intangible	0.00	0.00%	-28,902.97	-22.53%	-57,733.33	-50.66%
Gastos Amortizables Netos	2,500.00	1.60%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
<b>Activo Corriente ("Circulante")</b>	63,774.00	40.88%	68,140.27	53.13%	83,440.81	73.22%
Realizable (Clientes, Deudores y H.P. Deudora)	19,367.46	12.42%	6,785.37	5.29%	7,124.64	6.25%
Tesorería (Disponible)	44,406.54	28.47%	61,354.90	47.84%	76,316.18	66.97%
<b>Total Activo</b>	156,000.00	100.00%	128,260.34	100.00%	113,954.95	100.00%
<b>Patrimonio Neto - Recursos Propios</b>	70,000.00	44.87%	57,788.09	45.06%	59,300.68	52.04%
Capital	70,000.00	44.87%	70,000.00	54.58%	70,000.00	61.43%
Reservas Obligatorias	0.00	0.00%	-1,000.00	-0.78%	-1,000.00	-0.88%
Remanente y Resultados Ejerc. Anteriores	0.00	0.00%	0.00	0.00%	-11,211.91	-9.84%
Resultado del Ejercicio	0.00	0.00%	-11,211.91	-8.74%	1,512.59	1.33%
<b>Pasivo No Corriente ("Exigible a LP")</b>	86,000.00	55.13%	54,150.07	42.22%	36,992.81	32.46%
Acreeedores L.P. Financieros - Préstamos (1+2)	86,000.00	55.13%	54,150.07	42.22%	36,992.81	32.46%
<b>Pasivo Corriente ("Exigible a CP")</b>	0.00	0.00%	16,322.18	12.73%	17,661.45	15.50%
Acreeedores C.P. Financ. (Préstamos y Leasing)	0.00	0.00%	16,322.18	12.73%	17,157.25	15.06%
Hac. Pública y S.S. Acreedora (Retenciones, IVA, Impuesto Soc)	0.00	0.00%	0.00	0.00%	504.20	0.44%
<b>Total Patrimonio Neto y Pasivo</b>	156,000.00	100.00%	128,260.34	100.00%	113,954.95	100.00%
<b>Total Acreedores Financieros (Préstamos)</b>	86,000.00	55.13%	70,472.25	54.94%	54,150.07	47.52%
<b>Total Recursos Permanentes</b>	156,000.00	100.00%	111,938.16	87.27%	96,293.50	84.50%
<b>Total Recursos Ajenos</b>	86,000.00	55.13%	70,472.25	54.94%	54,654.26	47.96%

	Cierre Ejerc. 2021		Cierre Ejerc. 2022		Cierre Ejerc. 2023	
	Dólares	%	Dólares	%	Dólares	%
Activo No Corriente ("Inmovilizado")	908.20	0.89%	635.60	0.52%	363.00	0.26%
Inmovilizado Material	2,726.00	2.66%	2,726.00	2.21%	2,726.00	1.96%
- Amort. Acumul. Inmóvil. Material	-2,217.80	-2.16%	-2,290.40	-1.86%	-2,363.00	-1.70%
Inmovilizado Intangible	87,000.00	84.81%	87,000.00	70.67%	87,000.00	62.59%
- Amort. Acumul. Inmóvil. Intangible	-86,600.00	-84.42%	-86,800.00	-70.51%	-87,000.00	-62.59%
Gastos Amortizables Netos	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
Activo Corriente ("Circulante")	101,673.29	99.11%	122,465.61	99.48%	138,627.60	99.74%
Realizable (Clientes, Deudores y H.P. Deudora)	7,480.87	7.29%	7,854.91	6.38%	8,247.66	5.93%
Tesorería (Disponible)	94,192.42	91.82%	114,610.70	93.10%	130,379.94	93.80%
Total Activo	102,581.49	100.00%	123,101.21	100.00%	138,990.60	100.00%
Patrimonio Neto - Recursos Propios	64,016.68	62.41%	94,111.76	76.45%	127,770.89	91.93%
Capital	70,000.00	68.24%	70,000.00	56.86%	70,000.00	50.36%
Reservas Obligatorias	-1,000.00	-0.97%	-1,000.00	-0.81%	-1,000.00	-0.72%
Remanente y Resultados Ejerc. Anteriores	-9,699.32	-9.46%	-4,983.32	-4.05%	25,111.76	18.07%
Resultado del Ejercicio	4,715.99	4.60%	30,095.08	24.45%	33,659.13	24.22%
Pasivo No Corriente ("Exigible a LP")	18,957.76	18.48%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
Acreeedores L.P. Financieros - Préstamos (1+2)	18,957.76	18.48%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
Pasivo Corriente ("Exigible a CP")	19,607.05	19.11%	28,989.45	23.55%	11,219.71	8.07%
Acreeedores C.P. Financ. (Préstamos y Leasing)	18,035.05	17.58%	18,957.76	15.40%	0.00	0.00%
Hac. Pública y S.S. Acreedora (Retenciones, IVA, Impuesto Soc)	1,572.00	1.53%	10,031.69	8.15%	11,219.71	8.07%
Total Patrimonio Neto y Pasivo	102,581.49	100.00%	123,101.21	100.00%	138,990.60	100.00%
Total Acreeedores Financieros (Préstamos)	36,992.81	36.06%	18,957.76	15.40%	0.00%	0%
Total Recursos Permanentes	82,974.44	80.89%	94,111.76	76.45%	127,770.89	91.93%
Total Recursos Ajenos	38,564.81	37.59%	28,989.45	23.55%	11,219.71	8.07%

### 9.6 Datos relevantes:

Rentabilidad	Fórmulas	2019	2020	2021	2022	2023
<b>1. ROE (Return On Equity) - Rentabilidad Financiera</b>	Beneficio Neto / Recursos Propios Totales	NS	2.55%	7.37%	31.98%	26.34%
<b>2. ROI (Return On Investment) - Rentabilidad Económica</b>	Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Activo Total	NS	4.54%	8.39%	33.77%	32.66%
<b>3. ROS (Return On Sales) - Margen sobre Ventas</b>	Beneficio Antes de Intereses e Impuestos / Ventas Totales	NS	3.41%	5.41%	24.87%	25.86%
<b>3. EBITDA sobre Ventas</b>	Beneficio Antes de Intereses, Impuestos y Amortizaciones / Ventas Totales	15.47%	22.94%	24.00%	25.03%	26.02%
<b>Liquidez y Solvencia</b>	<b>Fórmulas</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>1. Solvencia</b>	Activo Total / Pasivo Total	1.82	2.09	2.66	4.25	12.39
<b>2. Tesorería (Prueba Ácida)</b>	(Realizable + Disponible) / Pasivo Corriente	4.17	4.72	5.19	4.22	12.36
<b>3. Disponibilidad</b>	Disponible / Pasivo Corriente	3.76	4.32	4.80	3.95	11.62
<b>Endeudamiento y Autonomía Financiera</b>	<b>Fórmulas</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>1. Endeudamiento</b>	Pasivo Total / (Pasivo Total + Patrimonio Neto)	54.94%	47.96%	37.59%	23.55%	8.07%
<b>2. Capacidad de Devolución de la Deuda con Acreedores Financieros</b>	(Beneficio Neto + Amortizaciones) / Acreedores Financieros	26.10%	57.47%	92.78%	100.00%	100.00%
<b>3. Cobertura de Intereses</b>	EBIT / Gastos Financieros	NS	1.64	3.71	28.86	87.75

La capacidad de asumir el endeudamiento es favorable, pues va disminuyendo la deuda cada año y la posibilidad de devolución de la deuda se logra satisfactoriamente.

### 9.7 Resumen de Ratios Financieros.

A continuación, se desglosará las ratios claves que indican la rentabilidad del proyecto:

Plazo de Recuperación de la Inversión (Pay-Back)	Número de años que se tarda en recuperar la Inversión Inicial	3.35
VAN (Valor Actual Neto o Valor Capital)	Nº de años en recuperar la Inversión a Final del 1º Ejercicio	3.28
	De acuerdo a los cálculos realizados, con nuestro modelo de negocios recuperaremos la inversión a partir del tercer año de aprobación de este.	
	Valor Actual, en términos absolutos, de un proyecto de Inversión	4,098.99
	Tasa de Descuento Apropiada	15%
	El Resultado positivo del VAN nos confirma que podemos invertir en el proyecto.	
TIR (Tasa Interna de Rentabilidad)	Tasa de Descuento que hace que el VAN de un proyecto sea 0.	16.71%

## 10 Cronograma de implementación.

A continuación, se detalla el cronograma de implementación y desarrollo del proyecto.

Actividades	Semanas	Mayo				Junio				Julio				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación propuesta		■																															
Validación modelo de negocio			■	■	■	■																											
Análisis entorno						■	■	■	■																								
Elaboración Plan de Operaciones										■	■	■	■																				
Adquisición del sistema													■	■	■	■																	
Elaboración prototipo																■	■																
Desarrollo del interfaz																	■																
Realizar pruebas de conectividad																		■	■														
Realizar correcciones																				■	■												
Presentación a los socios																					■												
Correcciones sugeridas por los socios.																						■	■										
Pruebas en la app																							■	■									
Puesta en operación APP																								■									
Monitoreo seguimiento																										■	■	■	■				

Anexos  
**Just2Speak**

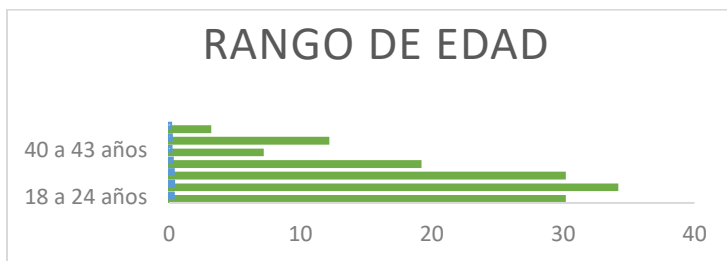
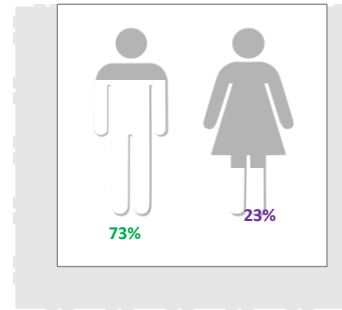
## 1. Hallazgos de la validación.

### 1.1 Muestra.



#### Distribución de muestra - Total

La encuesta de validación se aplicó en hombres y mujeres de República Dominicana, Costa Rica y Perú, a partir de los 18 años. Encontramos mayor incidencia de personas entre los 18 y 34 años.



### 1.2 Validación:

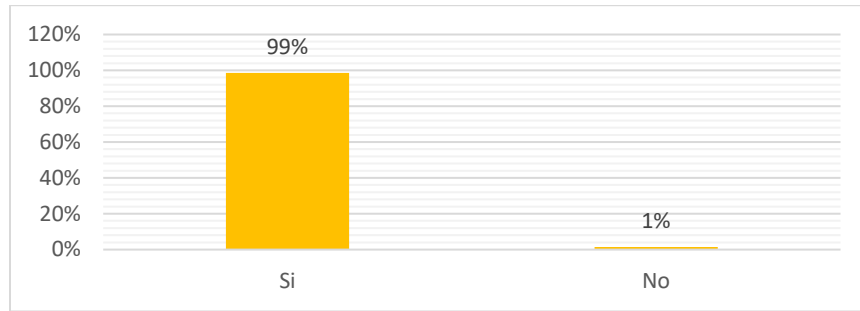
La fase de validación del proyecto se realizó mediante la aplicación de encuestas enfocadas en determinar los siguientes puntos:

- ✓ Cuántos de los encuestados utilizan herramientas de comunicación tales como smartphone.
- ✓ Cuántos de los encuestados conocen de otro idioma además del nativo.
- ✓Cuál es su nivel de conocimiento de los mismos.
- ✓ Qué nivel de importancia tiene el hecho de mejorar su fluidez.
- ✓ Cuáles opciones consideran más efectiva para practicar un idioma.
- ✓ Quienes están interesados en probar nuestra app.
- ✓Cuál es el tiempo que consideran conveniente practicar un idioma al día.
- ✓Cuál método de pago prefieren.

### 1.3 Principales hallazgos de las encuestas:

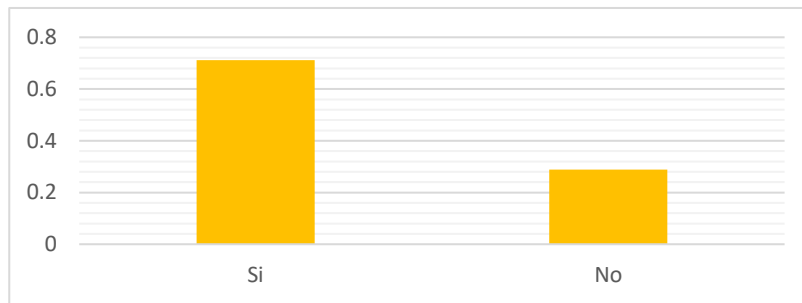
#### ¿Usas Smartphone?

En el hallazgo encontrado podemos citar que el 99% de nuestros encuestados, afirmaron tener un teléfono móvil inteligente. Este dato nos da entender que la penetración de móviles inteligente es cada vez mayor.



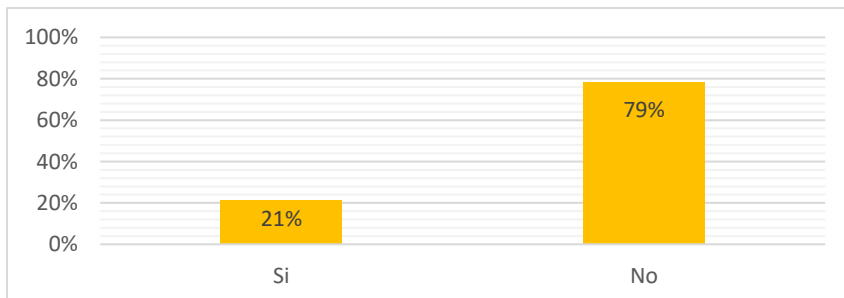
**Actualmente ¿Tienes una cuenta en Netflix?**

El 71% de los encuestados actualmente tiene una suscripción de video On demand, lo que nos permite afirmar que más de la media de personas, tienen una aceptación con el modelo de negocio como el que ofrece la plataforma Netflix.



**Actualmente ¿Pagas una membresía premium de Spotify?**

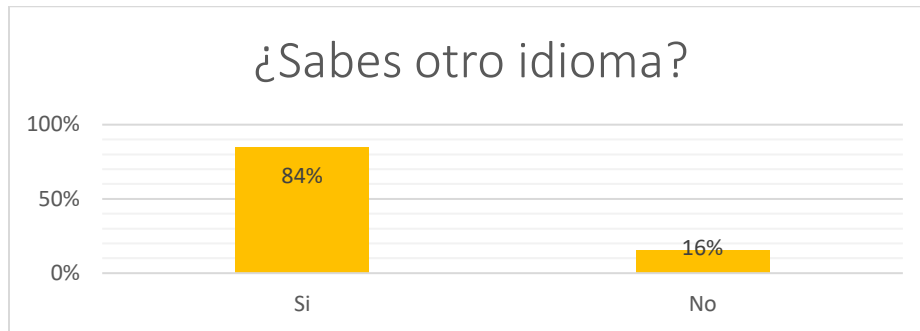
El hallazgo encontrado de la encuesta, nos presentan que el 79% de los encuestados no poseen una suscripción en Spotify y solamente el 21% cuenta con una membresía para este tipo de servicio. Spotify a nivel mundial, cuenta con 140 millones de usuarios activos al mes, de los cuales 60 millones son suscriptores, lo cual nos indica que las aplicaciones interactivas siguen teniendo una incidencia a nivel mundial.





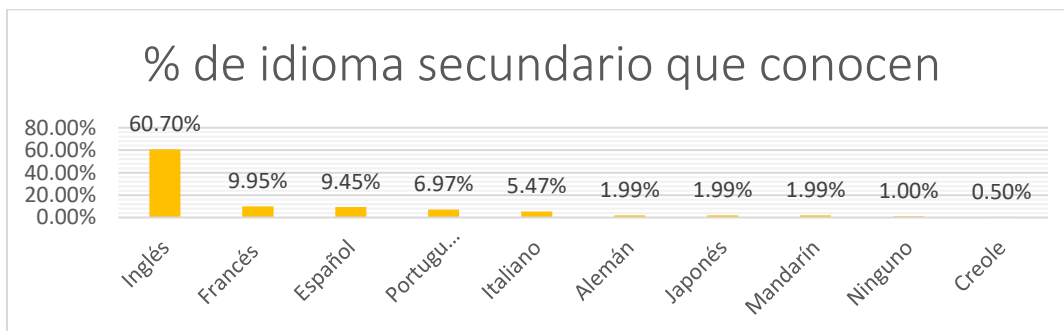
**Aparte de tu idioma nativo ¿Sabes otro idioma?**

El 84% de los encuestados indican que además de su idioma nativo conocen otro, esto nos confirma que podríamos apostar a múltiples idiomas de los diferentes continentes.



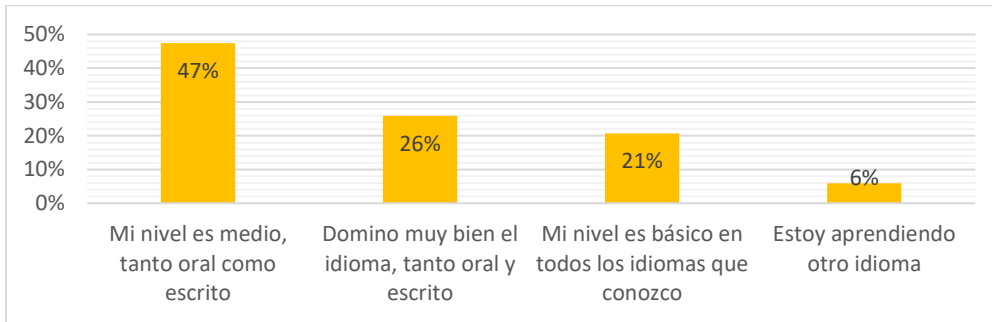
**Indique el/los idiomas(s) que conoce.**

Esta gráfica nos confirma que es el idioma inglés es el idioma que más conocen las personas con casi un 61% de los encuestados. El 9.95% tiene conocimiento de francés, el 9.45% español, 6.97% Portugal, 5.47% italiano, 1.99% alemán, japonés y mandarín, el 1% ningún idioma y el 0.50% creole. Esto no apertura una brecha de oportunidades para poder impulsar otros idiomas relevantes, de cara a la necesidad del usuario por practicar otra lengua.

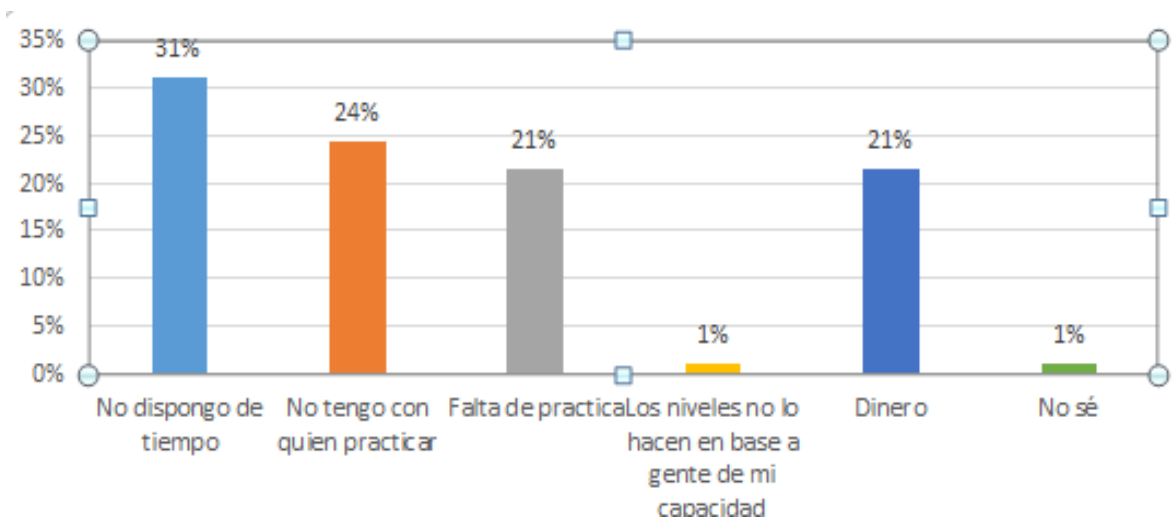


**¿Cuál es el nivel de fluidez con el que cuentas actualmente?**

Solo el 26% tiene un buen dominio del segundo idioma y 47% dice tener un dominio medio tanto oral como escrito. Es decir, casi la mitad de encuestados necesitaría mejorar el idioma aprendido.



¿Qué te impide mejorar?



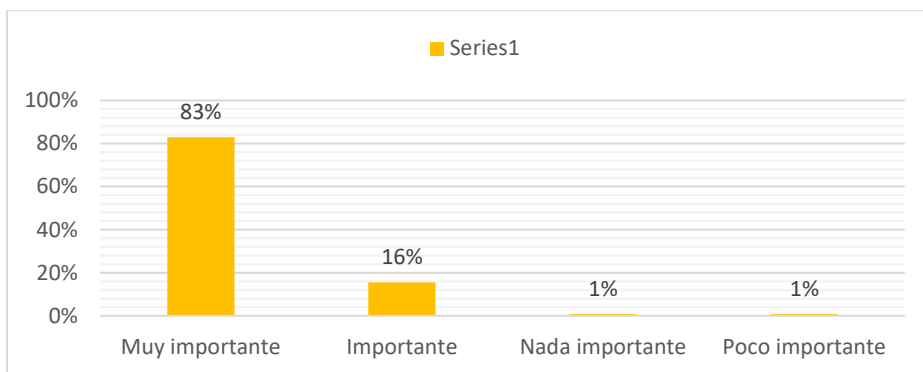
Describe con una frase o palabra cómo te sentiste cuando estuviste en una situación en que no dominabas bien el idioma.



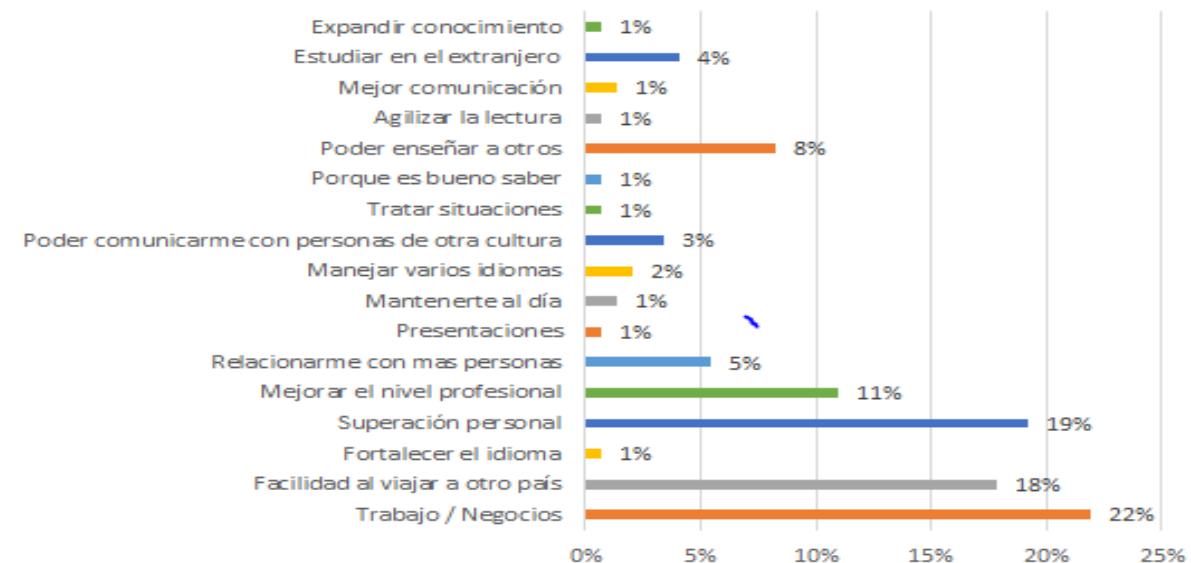
Normalmente cuando no dominamos algo experimentamos una serie de emociones desagradables que nos frenan a hacer las cosas mejor, en el caso de los idiomas, la mayoría de los encuestados manifestaron que cuando han estado en una situación en la cual han tenido que hablar un idioma y no dominan el mismo se han sentido nerviosos, incómodos, con vergüenza, impotentes y enojados.

**¿Qué tan importante para ti es mejorar la fluidez y pronunciación del o los idiomas que aprendiste?**

En el hallazgo encontrado podríamos indicar que el 83% entiende que es muy importante tener fluidez y pronunciación de los idiomas aprendido y 16% lo representa como importantes, los otros restantes como poco importante y nada importante.



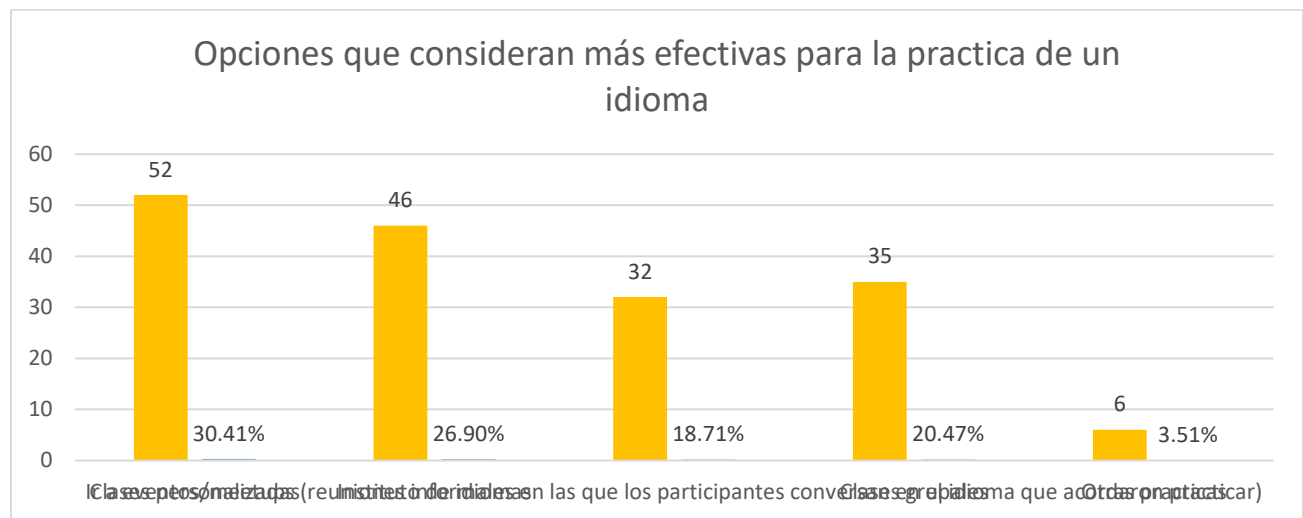
**Razones por las cuales quisieras mejorar el idioma que aprendiste:**



La Sociedad de hoy en día nos obliga a tener excelente fluidez del idioma que conocemos, en la mayoría de las empresas se demanda que sus colaboradores por lo menos hablen y escriban perfectamente el inglés. Las mejores ofertas laborales la reciben aquellos quienes se han preocupado por perfeccionar su fluidez, por lo cual tal como detalla figura de más abajo el 22% de los encuestados manifiestan que quieren mejorar el idioma por razones laborales.

**¿Cuál de las siguientes opciones consideradas más efectivas para practicar un idioma?**

Las clases personalizadas siempre han sido la mejor opción, para aquellas personas que desean perfeccionar el idioma que conoce, ya que las mismas ofrece una serie de ventajas, tales como dar la oportunidad de que la persona interesada pueda aclarar cualquier duda en cuanto a pronunciación, gramática, jerga y a la vez ayudan a derribar la barrera de la vergüenza que muchas personas tienen al momento de conversar.

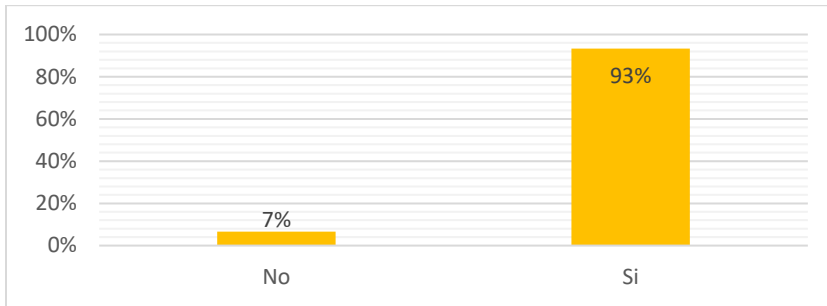


En el estudio realizado pudimos confirmar esta hipótesis, ya que el 30% tiene una preferencia de clases personalizadas.

**¿Te interesaría probar esta solución para practicar un idioma?**

Luego de una breve explicación sobre la app que proponemos:

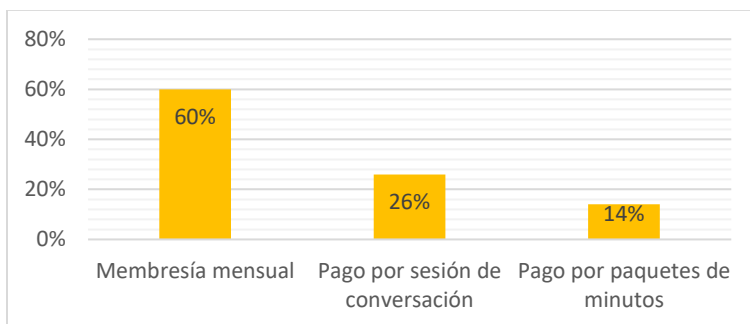
*Pronto estará disponible una página web/ app en la que podrás conectarte con una persona de cualquier parte del mundo que domine el idioma que deseas practicar y en cualquier momento, sin necesidad de hacer una cita previa. Las sesiones durarán 30 minutos, y el pago se realizará al finalizar la sesión*



Pudimos validar que existe la oportunidad de desarrollar una aplicación para practicar múltiples idiomas y conocer diferentes culturas. Según el hallazgo, el 93% de las personas les interesa el practicar el idioma aplicando una usabilidad en una App interactiva.

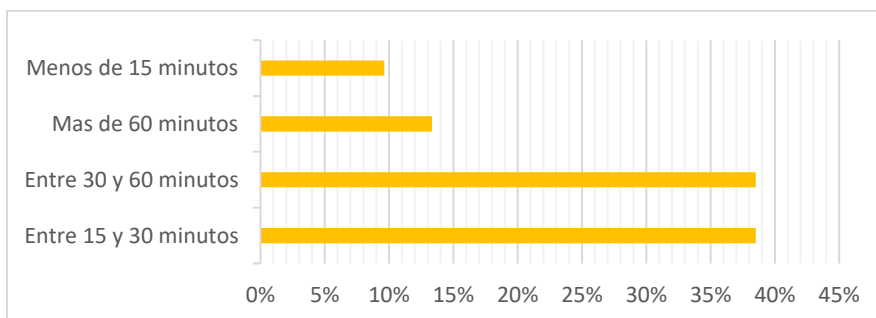
**¿Cuál de los siguientes métodos de pago te parece más conveniente?**

La membresía mensual ha resultado ser la mejor opción como método de pago y consideramos la más efectiva, ya que comprometería al usuario de la app a cumplir con el programa de conversación.



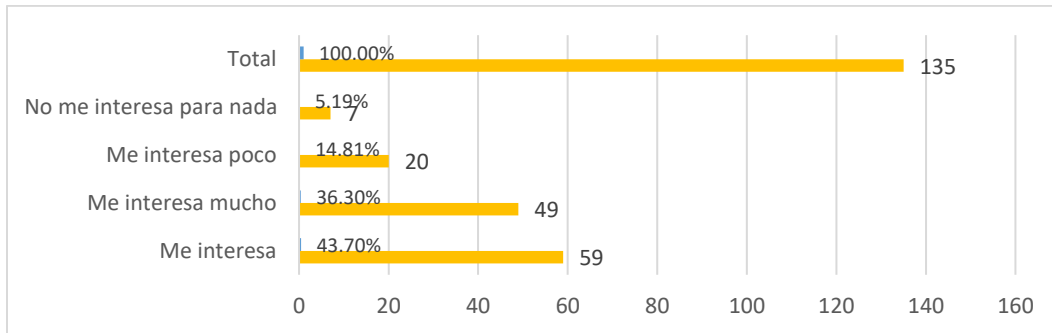
**¿Cuánto tiempo consideras ser necesario para practicar un idioma?**

Según la media del gráfico presentado nos valida que entre 30 a 60 minutos, sería lo recomendable para practicar un idioma. Esto nos permite tener más claro la expectativa de calidad para los usuarios.



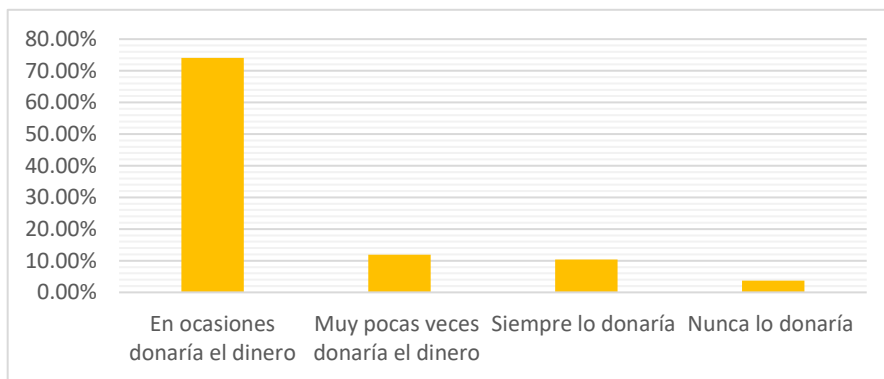
Por otro lado, también hemos validado el nivel de aceptación e interés que tendría la app entre los usuarios que serían los “coach”.

A más de la mitad de entrevistados les parece interesante la idea de ganar dinero extra por tener conversaciones con otras personas en el idioma que mejor dominen, ayudándoles a mejorar en este.



**Si te parece interesante la idea, ¿Donarías el dinero que ganaste ayudando a otro a perfeccionar un idioma a una asociación de ayuda social?**

**Just2Speak** buscará contribuir a un fin social, de manera que los tutores que deseen podrán donar el dinero a un asociación o ONG que busque mejorar la calidad de vida de las personas. El 74% de los encuestados respondieron que de ser un tutor en ocasiones, estaría dispuesto a donar el dinero para un fin social.



## 1.2 Modelo de las entrevistas realizadas:



### ENTREVISTA PARA ELSTUDENTS

#### Preguntas de información:

1. Sexo: masculino
2. País: Costa Rica

1. ¿Qué edad tienes? 37 años
2. ¿Cuál es tu profesión? abogado
3. ¿Cuál es tu idioma nativo? español
4. ¿Hablas un segundo idioma, Cual? r/ ITALIANO e INGLES. ¿Cuál consideras que es el nivel de dominio?  
 Básico  
 Medio  
 Avanzado
5. ¿Cómo fue tu experiencia al momento de aprender un segundo idioma? ¿Qué cambiarías o resaltarías positivo al momento del aprendizaje? r/La utilización de ejemplos y de material del día a día, como por ejemplo lectura de artículos o libros, presentaciones, y la conversación en general es muy provechosa. Considero importante una vez terminado el aprendizaje mantener el idioma en uso y practicándolo, delo contrario se olvida.
6. ¿Cómo te sentiste al momento de conversar ese segundo idioma?  
 Tranquilo o confiado  
 Inseguro  
 Con vergüenza
7. Que te gustaría realizar para poder mejorar la fluidez o sentirte más cómodo(a) al momento de hablar el idioma.  
 r/Sin duda alguna sería practicarlo en situaciones del día a día con personas que solo me hablen en dicho idioma.
8. Como solucionas actualmente el mejorar el idioma.  
 r/Cada vez que puedo intento practicarlo, también trato de leer en estos idiomas y si tengo alguna duda busco la respuesta inmediatamente (como un significado o una duda gramatical)
9. ¿Qué método consideras o recomendarías para mejorar la fluidez de un idioma? Escoge dos de las mencionadas.  
 Conversación                       películas y/o música  
 Lectura                                       Lecciones                       otra .....
10. ¿Qué te motivo o motiva aprender dos o más idioma?  
 r/ Tengo facilidad en los idiomas y me gusta, ya que pienso que cada idioma es un mundo nuevo.



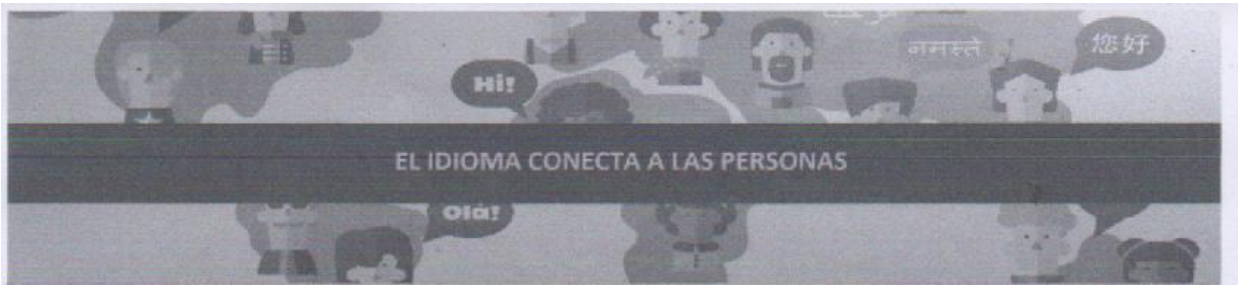
**ENTREVISTA PARA EL COACH**

**Preguntas de información:**

1. Sexo: masculino
2. País: Costa Rica

1. ¿Qué edad tienes? r/37 años
2. ¿Cuál es tu profesión? r/abogado
3. Aparte de tu idioma nativo, hablas otro idioma de forma fluida. r/Si ITALIANO e INGLÉS
4. ¿Te interesaría ganar dinero en tu tiempo libre sin moverte de casa, conversando los idiomas que conoces con otra persona?  
Sí ( X ) o No ( ) porque  
  
 ( ) para ayudar a otras personas  
 ( x ) Conocer personas nuevas  
 ( x ) ganar dinero extra  
 ( ) otros..... r/me parece que es un ingreso extra haciendo una actividad muy interesante es relacionarse y conocer a otras personas de distintas partes del mundo. Creo que puede ser una experiencia bastante enriquecedora.
5. ¿Cuáles son los momentos del día en que estarías disponible para conversar el idioma?  
r/En mis horas libres, principalmente por las noches
6. Que herramientas utilizarías para lograr mejorar el aprendizaje de las conversaciones.  
r/Preparar las clases con material audiovisual o de texto, por ejemplo, la lectura de un artículo de previo a la clase para comentarlo y crear discusión. Suponer situaciones del día al día, como ir a la farmacia a comprar algún producto etc
7. Recomendarías a otros amigos la aplicación para ganar dinero y ayudar a las personas.  
r/ Si creo que les sería bastante interesante y provechoso.
8. Estarías dispuesto a donar el monto ganado a una ONG y así ayudar niños de escasos recursos a tener un mejor futuro en educación. De ser así la empresa estaría dispuesta a donar el mismo porcentaje.  
( x ) sí, cada cuanto ..... r/La mayoría de la veces.  
( ) no.





EL IDIOMA CONECTA A LAS PERSONAS

ENTREVISTA PARA EL STUDENTS

Se está realizando un estudio para poder evaluar el deseo y/o necesidad que tienen las personas para practicar un segundo o más idiomas y usted (la persona a entrevistar) nos puede ofrecer información valiosa sobre el tema, por esta razón quiera hacerte pequeña entrevista. En total son 10 preguntas.

Preguntas de información:

1. Sexo: *Masculino*
2. País: *Rep. Dom.*

1. ¿Qué edad tienes?  
r/ *39 Años*
2. ¿Cuál es tu profesión?  
r/ *Lic. Administración*
3. ¿Cuál es tu idioma nativo?  
r/ *Español*
4. ¿Hablas un segundo idioma, Cual? ...r/..... ¿Cuál consideras que es el nivel de dominio?  
r/  
 Básico  
 Medio  
 Avanzado
5. ¿Cómo fue tu experiencia al momento de aprender un segundo idioma? ¿Qué cambiarías o resaltarías positivo al momento del aprendizaje?  
r/ *Esuve la oportunidad de aprender, conversando en mi lugar de trabajo*
6. ¿Cómo te sentiste al momento de conversar ese segundo idioma?  
 Tranquilo o confiado  
 Inseguro  
 Con vergüenza
7. Que te gustaría realizar para poder mejorar la fluidez o sentirte más cómodo(a) al momento de hablar el idioma.  
r/ *Esere la oportunidad de conversar más.*
8. Como solucionas actualmente el mejorar el idioma.  
r/ *Viendo videos, escuchando*
9. ¿Qué método consideras o recomendarías para mejorar la fluidez de un idioma? Escoge dos de las mencionadas.  
 Conversación                       películas y/o música  
 Lectura                                       Lecciones                       otra *Intercambios culturales*
10. ¿Qué te motivo o motiva aprender dos o más idioma?  
r/ *Actualmente es necesario tener dominio de más de un idioma, tanto por temas profesionales como personales. Mas oportunidades*



**EL IDIOMA CONECTA A LAS PERSONAS**

**ENTREVISTA PARA EL COACH**

Se está realizando un estudio para poder evaluar el deseo que tienen las personas de ayudar a otras personas a mejorar su idioma, así como de ganar dinero extra en su tiempo libre manteniendo una conversación con otra persona que desee practicar el idioma, esto con la facilidad de hacerlo desde cualquier lugar a la hora que mejor prefiera. En total son 8 preguntas.

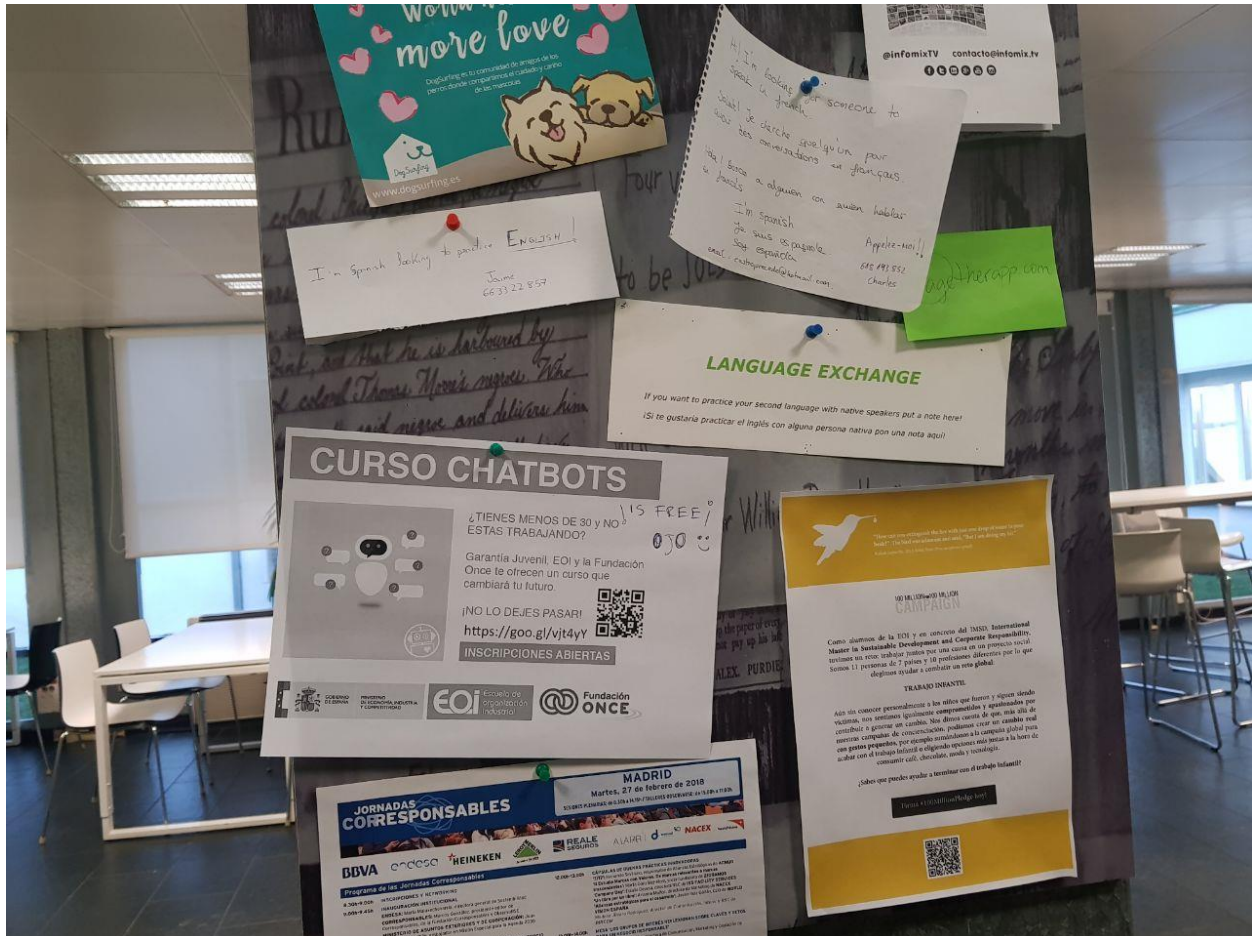
**Preguntas de información:**

1. **Sexo:** Femenino
2. **País:** Republica Dominicana

1. **¿Qué edad tienes?**  
27
2. **¿Cuál es tu profesión?**  
Licda. en Markeintg
3. **Aparte de tu idioma nativo, hablas otro idioma de forma fluida.**  
Sí, Hablo francés y inglés.
4. **¿Te interesaría ganar dinero en tu tiempo libre sin moverte de casa, conversando los idiomas que conoces con otra persona? Sí ( x ) o no ( ) porque?** Porque siempre he pensado que es conveniente tener un ingreso extra a parte del trabajo.  
  
**¿Si tu respuesta es sí, por qué?**  
 para ayudar a otras personas  
 Conocer personas nuevas  
 ganar dinero extra  
 otros.....
5. **¿Cuáles son los momentos del día en que estarías disponible para conversar el idioma?**  
Estaría disponible en las tardes.
6. **Que herramientas utilizarías para lograr mejorar el aprendizaje de las conversaciones.**  
Utilizaría mi teléfono móvil porque es imprescindible para mi uso diario.
7. **Recomendarías a otros amigos la aplicación para ganar dinero y ayudar a las personas.**  
Si es factible para mi considero que lo recomendaría.
8. **Estarías dispuesto a donar el monto ganado a una ONG y así ayudar niños de escasos recursos a tener un mejor futuro en educación. De ser así la empresa estaría dispuesta a donar el mismo porcentaje.**  
 sí, cada cuanto y porque? Estoy de acuerdo, pero todo depende el tipo de ONG y la trayectoria que tenga.  
 no, porque?

### 1.3 Validación del problema:

Esta foto fue tomada en la biblioteca de la Escuela de Negocios industrial EOI, donde varias personas expresaban la necesidad de practicar un idioma a través de mensajes colocados en este mural.



## 11 Referencias bibliográficas

- 11.1 Factor Político - Legal: <http://legalissa.com.do/2016/08/15/nuevo-incentivo-emprender-rd-ley-emprendimiento-e-innovacion/>
- 11.2 Factor económico: <http://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview>  
<https://www.listindiario.com/economia/2018/02/05/501435/ajuste-fiscal-sugerencia-del-fmi-para-rd>
- 11.3 Factor socio cultural: <http://www.nielsen.com/do/es/insights/reports/2017/Estudio-Global-Premiumizacion.html>  
<http://www.nielsen.com/do/es/insights/reports/2016/5-insights-que-necesitas-saber-sobre-Latinoamerica.html>
- 11.4 Factores Tecnológicos: <http://www.cocnoticias.com/2018/01/08/estudio-senala-r-d-internet-penetracion-67/>
- 11.5 Evolución del mercado de las aplicaciones móviles: <https://www.vanessaestorach.com/evolucion-mercado-de-las-apps-2021/>
- 11.6 Economía colaborativa: <https://medium.com/@drivedeal/a-sharing-economy-and-its-applications-c63c9a8417f4>  
<https://www.forbes.com/pictures/eeji45emgkh/airbnb-snapgoods-and-12-more-pioneers-of-the-share-economy/#2438703652cf>
- 11.7 Valorización del mercado: <https://www.internetworldstats.com/stats10.htm>
- 11.8 Marketing mix-distribución: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338?ref=https://marketing4ecommerce.net/usuarios-internet-mundo-2017/>
- 11.9 <http://www.ministeriodeeducacion.gob.do/transparencia/media/plan-estrategico-de-la-institucion/planificacion-estrategica/plan-estrategico-2017-2020-ministerio-de-educacion-de-la-republica-dominicanapdf.pdf>