



**PLAN DE NEGOCIO PARA CREACIÓN DE EMPRESA  
DE TRADUCCIONES EASY TRANSLATION SAS**

Leonardo Arias Forero  
Luisa Fernanda Rojas Morales

UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LENGUAS MODERNAS  
BOGOTÁ, D.C. 2011



**PLAN DE NEGOCIOS PARA CREACIÓN DE EMPRESA  
DE TRADUCCIONES EASY TRANSLATION SAS**

Trabajo de Grado para Optar al Título de  
Profesionales en Lenguas Modernas

DIRECTOR: Carlos Salcedo  
M.S. Desarrollo Económico

Leonardo Arias Forero  
Luisa Fernanda Rojas Morales

UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LENGUAS MODERNAS  
BOGOTÁ, D.C. 2011

**Nota de Aceptación**

---

---

**Presidente del Jurado**

**Jurado**

---

**Jurado**

---

**Bogotá, 2011**

## **Página de Agradecimientos**

A Dios por permitirnos llegar hasta este momento tan importante de nuestras vidas y lograr otra meta más en nuestra carrera.

A nuestros padres por su cariño, comprensión y apoyo sin condiciones ni medida.

A cada uno de nuestros maestros que participaron en nuestro desarrollo profesional durante la carrera.

A nuestro director de tesis, profesor Carlos Salcedo, por su apoyo y ayuda durante el desarrollo de nuestro trabajo de tesis.

Leonardo Arias Forero  
Luisa Fernanda Rojas Morales

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	12
RESUMEN EJECUTIVO	14
1. OBJETIVOS	15
OBJETIVO GENERAL	15
OBJETIVOS ESPECIFICOS	15
1.1 Descripción De La Empresa	15
1.2 Objetivos A Largo Plazo (1 Año)	17
1.3 Objetivos A Mediano Plazo (3 Años)	17
1.4 Objetivos A Largo Plazo(5 Años)	17
2. ESTUDIO DE MERCADO PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE TRADUCCIÓN	18
2.1 Justificación	18
2.2 Análisis Del Sector	18
2.3 Mercado	22
2.4 Análisis Del Mercado	22
2.5 Análisis De La Competencia	24
2.5.1 Fortalezas Y Debilidades De La Competencia	24
2.6. Encuesta Clientes	26
2.6.1 Ficha Técnica	27
2.6.2 Resultados	28
2.6.3 Conclusiones Del Instrumento	38
3. ESTRATEGIAS DE MERCADO	39
3.1. Definición Del Producto O Servicio	39
3.2 Precio	40
3.3 Plaza o Distribución	41
3.4 Promoción	41
3.5. Estrategias De Servicio	42
3.5.1. Atención Personalizada	42

3.5.2.	Escuchar Las Necesidades Del Cliente	42
3.5.3.	Claridad Y Veracidad En La Información	43
3.5.4.	Realizar Encuestas De Satisfacción	43
3.5.4.1.	Proceso Encuestas De Satisfacción	43
3.5.4.2.	Etapas Del Proceso	44
4.	OPERACIÓN	45
4.1.	Ficha Técnica Del Servicio	45
4.2.	Descripción Del Proceso	45
4.3.	Síntesis Del Proceso De Traducción	46
4.3.1	Revisiones	47
4.3.2	Valor Agregado	48
5.	ORGANIZATIVA LEGAL	50
5.1.	Misión	50
5.2	Visión	50
5.3	Slogan	50
5.4	Valores Corporativos	50
5.5	Imagen Corporativa	52
5.6	Tipo De Empresa	52
5.7	Aspectos Legales	54
5.8	Compromisos Fiscales	55
5.9	Otros Compromisos Legales	56
5.10	Organigrama De La Empresa	56
5.11	Políticas De Contratación	57
5.11.1	Tipos De Contrato	57
5.11.2	Proceso De Selección	57
5.11.3	Requisitos Para El Cargo	57

6.	Aspectos Financieros	61
7.	Conclusiones Financieras	69
8.	Conclusiones Generales	70
	Bibliografía	71
	Anexo 1	72
	Anexo 2	76
	Condiciones para la prestación del servicio	77

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafica 1. Combinaciones de Idiomas en traducciones escritas en empresas colombianas	20
Grafica2. Porcentaje de empresas colombianas que utilizan o no	20
Grafica 3. Traducción escrita frente a traducción oral en empresas colombianas	21
Grafica 4. Criterio para realizar traducciones en empresas colombianas	21
Grafica 5. Empresas Matriculadas y renovada en Bogotá según actividad económica y tamaño	23
Grafica 6. Necesidad de recurrir al uso de Servicios de Traducción	28
Grafica 7: Percepción de necesidad del servicio de traducción en el futuro	29
Gráfica 8: Idioma en el que ha necesitado o podría necesitar la traducción de algún texto	30
Gráfico 9: Tipos de documentos o información que ha necesitado o mandaría a traducir	31
Gráfico 10: Tener traductor disponible 24 horas mejoraría su vida laboral o empresarial	32
Gráfico 11: Frecuencia con la que traduce textos	33
Gráfico 12: Importancia de tener traductores nativos	34
Gráfico 13: Principales características que debe tener un traductor de textos	35
Gráfico 14: Satisfacción con los servicios de traducción	36
Gráfico 15: Ubicación de información de traductores	38
Grafica 16. Proceso de Traducción	45
Grafica 17. Logo de la Empresa	52
Grafica 18. Organigrama de la Empresa	56

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA) de la competencia	23
Tabla 2. Costos por palabra de la competencia	41
Tabla 3. Costos de los requerimientos legales para la creación de una empresa	54
Tabla 4. Costos otros compromisos legales (Seguridad Social – Parafiscales)	56
Tabla 5. Inversión Inicial	61
Tabla 6. Costos de Personal Mensual	62
Tabla 7. Gastos Administrativos Mensual	63
Tabla 8. Gastos Publicidad Ventas y Mercadeo Anual.	64
Tabla 9. Gastos Materia Prima	65
Tabla 10. Balance	66
Tabla 11. P&G	67
Tabla 12. Flujo de Caja	68
Tabla 13. Criterios de Decisión	69

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de percepción de servicio de traducción	72
Anexo 2. Plano	76

**EASY  
TRANSLATION SAS**



**EASY  
TRANSLATION SAS**

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la globalización está haciendo evidente la necesidad que tienen los empresarios de los diferentes sectores económicos de aprender alguno de los idiomas más utilizados en el mundo de los negocios. Administración, gestión, marketing, educación, turismo, etc., cualquier aspecto requiere un dominio de una lengua extranjera, ya sea el inglés, el idioma más internacional, chino mandarín el idioma más hablado en todo el mundo, o cualquier otro idioma como el francés, alemán, portugués, italiano, etc.

Los diferentes requerimientos de los negocios actuales exigen que las empresas contraten personas altamente capacitadas, con experiencia, dinámicas, competitivas y bilingües. Sin embargo el crecimiento de los negocios internacionales con distintos países, así como los sorprendentes avances tecnológicos en diferentes sectores, exige un conocimiento diversificado de las diferentes lenguas, por ello muchas veces las empresas deben recurrir a contratar los servicios de traducción de textos, y así garantizar el éxito de sus negocios.

En los últimos años Colombia ha presentado grandes cambios culturales, sociales y económicos. En un Ranking realizado por 'Doing Business 2010', Colombia ocupa el puesto 39 entre 183 países, el cual mide la facilidad que ofrece una nación para realizar negocios. Colombia ha trabajado en diferentes áreas de reforma: apertura de empresas, registro de la propiedad, comercio exterior, permisos de construcción, simplificar los procesos judiciales (cumplimiento de contratos). El proceso de reforma es constante y mientras un país se acerca a las más altas posiciones, las reformas se vuelven más complejas y de largo plazo.<sup>1</sup>

Colombia no solo ha incrementado su campo para realizar negocios, también se ha incrementado el turismo en las diferentes regiones del país, la República de Colombia ha presentado un crecimiento cercano al 20% de visitantes al país durante los últimos cinco años. En tanto las autoridades del país centran el impulso del turismo en tres pilares: seguridad, promoción, e inversión. Para ello ha sido

---

<sup>1</sup><http://www.elespectador.com/economia/articulo-233063-colombia-tercer-mejor-pais-latinoamerica-hacer-negocios>

elaborado el plan “Ruta Segura Vive Colombia”, con lo que los turistas recorren toda la república sin ningún temor.<sup>2</sup>

El incremento en las relaciones internacionales en el campo de los negocios ha generado la necesidad del conocimiento de diferentes idiomas y de acuerdo con ellos se busca dar respuesta con el presente plan de negocios, el cual es una aproximación al desarrollo necesario para el montaje de una empresa de traducción de textos, dirigida a compañías o personas que tengan la necesidad de traducir diferentes tipos de textos en los idiomas requeridos por los clientes.

Este plan de negocio muestra un análisis de la situación general relacionada con las necesidades de traducción de las empresas dedicadas al comercio internacional, muestra algunas estadísticas realizadas por un estudio del Banco Mundial, las cuales exponen lo que caracteriza el servicio de traducción a nivel mundial basándose en organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales, compañías de traducción y otras; así mismo se realizó un análisis del mercado, análisis de la competencia y se define el tipo de servicio que se pretende prestar. También se tiene en cuenta aspectos de tipo financiero, infraestructura y tecnológicos.

El desarrollo de este plan de negocios da la oportunidad de implementar todas las competencias adquiridas en la carrera de Lenguas Modernas, y demuestra la capacidad de crear empresa la cual es el enfoque de la universidad EAN.

---

<sup>2</sup><http://www.turismol.com/colombia-importante-crecimiento-de-visitantes-en-los-ultimos-anos/>

## RESUMEN EJECUTIVO

Easy Translation SAS será una empresa ubicada en la ciudad de Bogotá, que iniciara operaciones en el mes de enero del 2012, mediante la prestación de servicios de traducciones a empresas de tamaño pequeño y mediano de la ciudad.

Easy Translation SAS estará ubicada en la Carrera 20 B N° 73 - 18, oficina 201 en el sector de Chapinero, esta zona presenta un amplio número de clientes potenciales, la zona financiera de la ciudad y el fácil acceso a la misma.

El servicio de traducción se concentrará inicialmente en los idiomas inglés y portugués. Más adelante se planea ofrecer la traducción en otras lenguas. Esta decisión se tomó ya que estos idiomas son aquellos en los cuales hay una mayor demanda de servicios por parte del mercado. Las características del servicio serán calidad, puntualidad, privacidad y confianza.

Los socios gestores son Leonardo Arias Forero y Luisa Fernanda Rojas Morales, ambos profesionales en Lenguas Modernas de la Universidad EAN y con experiencia de dos años como traductores en el ámbito de los negocios en Bogotá. Igualmente, debido a su formación emprendedora, ambos tienen los conocimientos necesarios para manejar una empresa de tamaño pequeño.

La inversión inicial de Easy Translation SAS es de \$10.000.000 pesos, y tiene una TIR de 472,26%, atractiva para los inversionistas. El valor de la inversión inicial será cubierto en partes iguales por los inversionistas. El primer año se esperan ventas por \$64.125.000 y una utilidad final de \$26.635.562 pesos al final del primer año de operaciones.

## 1. OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Realizar un plan de negocios que mida la viabilidad de crear una empresa de traducción de textos, e identificar un mercado potencial para ofrecer este servicio.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS

Desarrollar un estudio de mercado por medio del cual se encuentren las necesidades específicas de traducción de los empresarios bogotanos.

Realizar un estudio financiero que muestre proyecciones realistas de ventas y gastos que conlleve la apertura y funcionamiento a cinco años de Easy Translation SAS.

Realizar un estudio organizacional con el que se determinen los aspectos legales y administrativos que permitan el éxito de Easy Translation SAS.

### 1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

EASY TRANSLATION SAS, ofrecerá al cliente el servicio de la traducción de documentos de tipo general, técnico, legal y comercial que necesitan las empresas dentro del giro de sus operaciones, tales como libros, manuales técnicos, folletos y presentaciones de empresas, informes, fichas técnicas, catálogos de productos y demás documentos de interés del cliente.

El servicio de traducciones a ofrecer es confiable, seguro y oportuno, buscando la satisfacción del cliente y generando un círculo de confianza alrededor de la empresa, toda vez que los profesionales encargados de la traducción están capacitados y entrenados y cuentan con la habilidad de interpretar los textos de acuerdo al contexto de cada negocio y de cada cultura.

EASY TRANSLATION SAS es una empresa que ofrece servicios de traducción de alta calidad dirigido a compañías colombianas que deseen iniciar negocios con compañías extranjeras o para aquellas que ya iniciaron operaciones de comercio a nivel internacional. De igual manera servirá de enlace entre aquellas compañías internacionales que deseen aprovechar las oportunidades de inversión en el país y para ello necesiten la traducción de diferentes documentos de su interés.

Para la prestación del servicio se utilizarán los medios tecnológicos de vanguardia buscando rapidez en la entrega y un precio favorable al cliente que lo solicite.

## 1.2. OBJETIVOS A CORTO PLAZO (1 año)

1. Iniciar operaciones en el mes de octubre de 2012.
2. Capturar 10 empresas del mercado potencial.
3. Traducir 475.000 palabras el primer año de operaciones.
4. Lograr adquirir el software especializado en memorias de traducción
5. Lograr 2 visitas diarias en la página web.
6. Tener contactos con 50 empresas del mercado potencial.

## 1.3. OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO (3 años)

1. Obtener traducciones de 700.000 palabras anuales.
2. Capturar 20 empresas del mercado potencial.
3. Visitar mensualmente un mínimo de 2 empresas potenciales nuevas.
4. Actualizar el software de traducción de la empresa.

## 1.4. OBJETIVOS A LARGO PLAZO (5 años)

1. Ofrecer servicios de traducción en alemán, francés e italiano.
2. Lograr traducciones de 900.000 palabras anuales.
3. Renovar los equipos de informáticos de la empresa.
4. Explorar el mercado de la traducción simultánea.

## 2. ESTUDIO DE MERCADO PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DE TRADUCCIÓN

### 2.1. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día la internacionalización de los mercados y la competitividad ha creado en las empresas la necesidad del manejo apropiado de diferentes idiomas para obtener éxito en los negocios.

Desde que la globalización se ha hecho cada vez más evidente en el campo de los negocios entre diferentes países, América Latina ha empezado a ser protagonista, debido al crecimiento vertiginoso de sus mercados económicos; Colombia no ha sido ajena a este “boom” y ha demostrado que tiene una prometedora estabilidad financiera, la cual junto con el avance en materia de seguridad ha despertado el interés de los inversionistas extranjeros, por esta razón se estima un aumento en la demanda de personal capacitado en el conocimiento de diferentes idiomas. Debido a esta tendencia es coherente ofrecer un servicio de traducción de textos, como una herramienta de ayuda indispensable para las distintas compañías o personas, las cuales requieran traducir diferentes tipos de textos, que le garanticen confianza, calidad y seguridad.

Por otra parte, la implementación de políticas nacionales para la generación de empresa con énfasis en la exportación por parte de asociaciones y cooperativas de productores o pequeñas empresas que esperan posicionar sus productos en mercados extranjeros, crean la necesidad de contar con un servicio de traducción de documentos que les ayude a participar en ferias comerciales o adelantar trámites legales que garanticen una excelente gestión por parte de los empresarios.

Con la ayuda de la traducción para la realización de diferentes planes de negocio, se podrá dar inicio a la creación de empresa en el país.

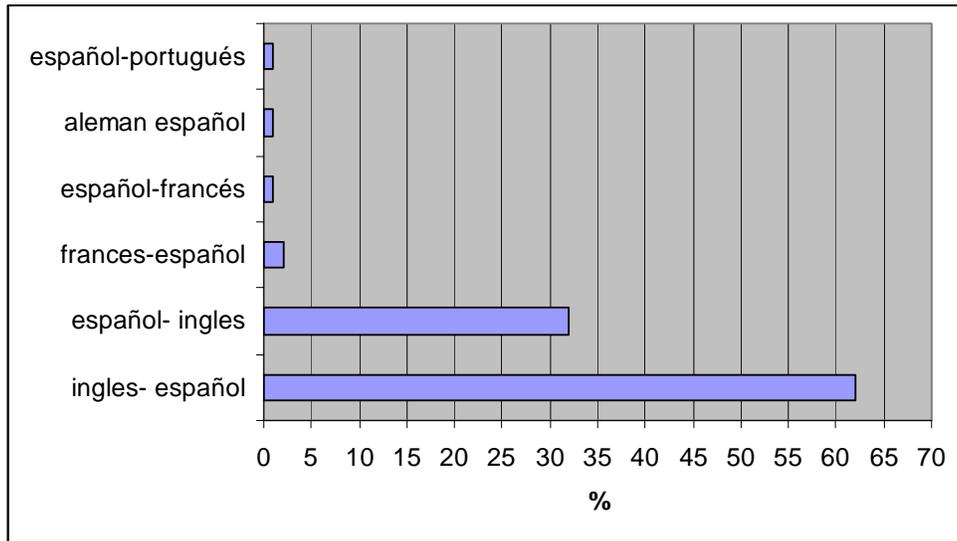
## 2.2. ANÁLISIS DEL SECTOR

En Colombia, desde comienzos de 1990 se presenta un auge en cuanto a la traducción, entre los factores más importantes para este auge se puede mencionar los condicionamientos de la apertura económica, los contactos en relaciones internacionales, un pequeño pero mayor impulso a la investigación a nivel universitario y las necesidades particulares de las diferentes regiones y comunidades. (Clavijo, 2006)

En el año 2006, fue realizada una investigación para determinar las necesidades y preferencias en traducción de empresas colombianas, la cual involucró un total de 60 encuestas que fueron aplicadas en diferentes empresas, las cuales proporcionaron una muestra de 34 medianas empresas y multinacionales, entre las que se encuentran Avianca, la embajada norteamericana, Bankvision Software Ltda., Chevron Texaco y el Citibank, en la ciudad de Bogotá, D.C. El criterio utilizado para la selección de la muestra fue el que se estuviesen llevando a cabo procesos reales de traducción en la empresa.

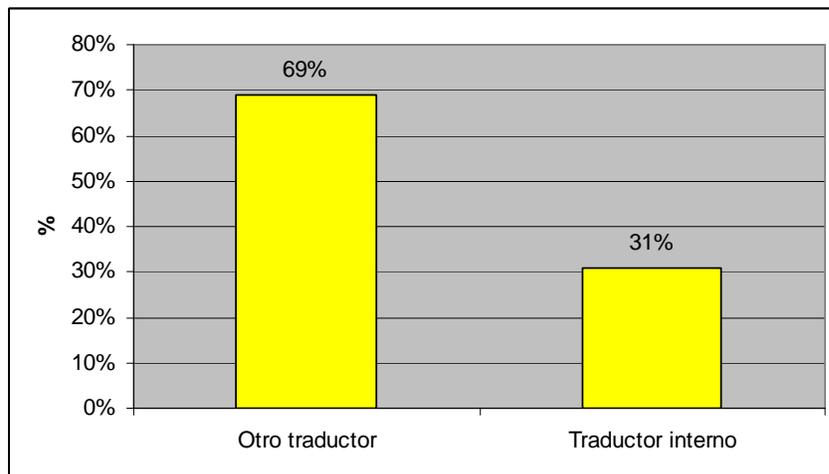
Esta investigación arrojó como resultado que el 69% de las empresas utiliza un traductor ajeno a la empresa, mientras que el 31% restante utiliza un traductor interno. Así mismo, la selección del traductor se hace bajo el criterio de que tenga principalmente conocimiento de la lengua (54%), de que sea especializado en el área (24%) o de que sea un traductor oficial (19%). La traducción escrita es la más utilizada (77%) en contraste con la oral y se realiza en gran medida de inglés a español (62%), seguida por español-inglés (32%). Otras lenguas involucradas en la traducción, en muy bajo porcentaje, son: francés-español (2%) y, con un 1%, español-francés, alemán-español y español-portugués. En casi la mitad de las veces, el criterio utilizado para realizar traducciones es la pertinencia del documento para los fines de la empresa (45%), seguido por la experiencia o idoneidad del traductor (29%), la extensión del documento (17%) y, por último, su valor económico (9%). Además, tales traducciones son solicitadas principalmente por mandos medios de la empresa, subgerentes, subdirectores o coordinadores (47%) y, en menor porcentaje, por los directivos (29%), por empleados de menor jerarquía (19%) o por personal externo o de otras empresas (4). En las siguientes figuras se resume parte de lo anteriormente descrito.

Grafica 1. Combinaciones de Idiomas en traducciones escritas en empresas colombianas



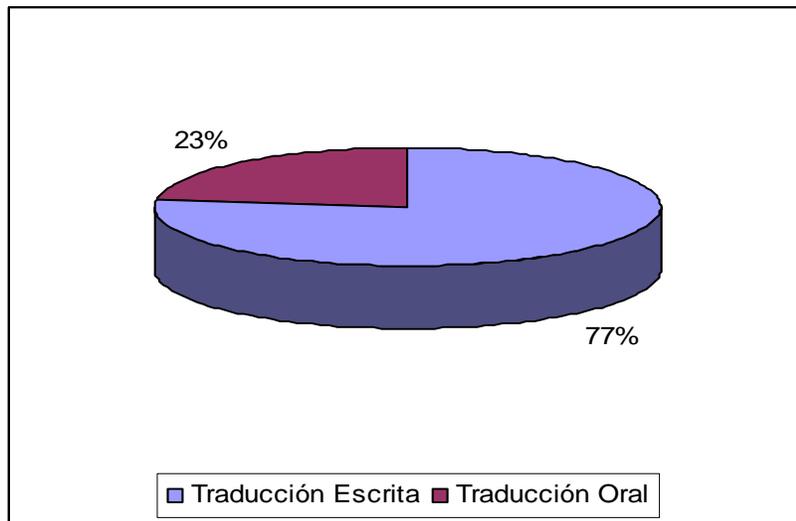
Fuente: Clavijo. Septiembre-Diciembre 2006.

Grafica2. Porcentaje de empresas colombianas que utilizan o no



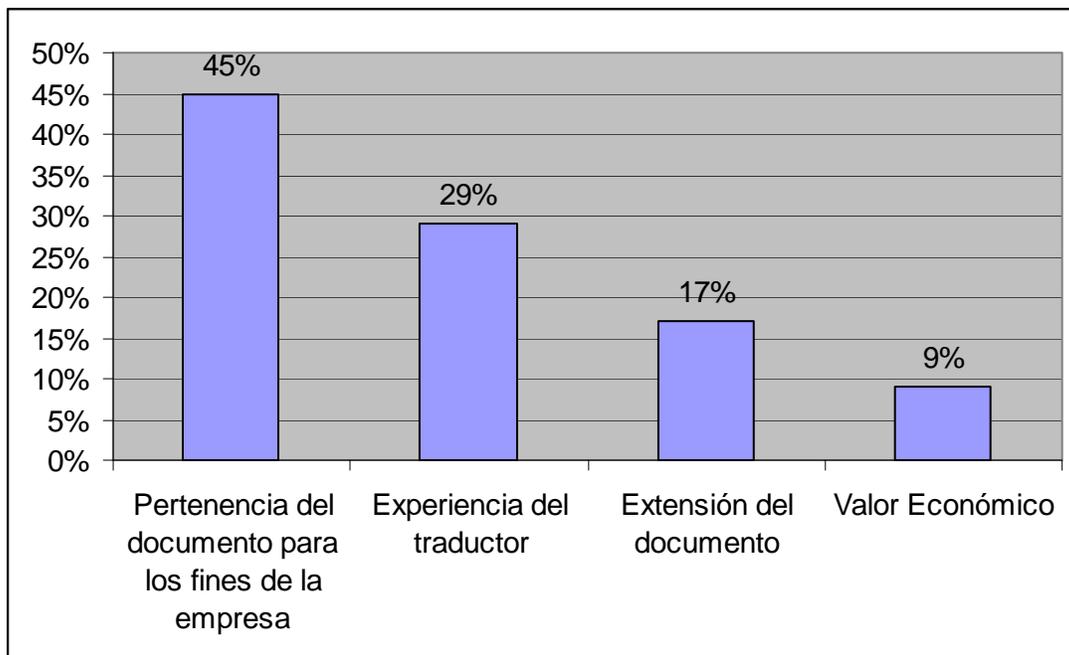
Fuente: Clavijo, Septiembre-Diciembre 2006.

Grafica 3. Traducción escrita frente a traducción oral en empresas colombianas



Fuente: Clavijo, Septiembre-Diciembre 2006.

Grafica 4. Criterio para realizar traducciones en empresas colombianas



Fuente: Clavijo, Septiembre-Diciembre 2006.

### 2.3. MERCADO

Se realizó un análisis del mercado basado en información existente de investigaciones como “Necesidad de la Traducción en la Empresas” (Revista EAN, 2006) y del Banco Mundial, 2004. Estos estudios que hablan sobre el comportamiento de empresas como Avianca, entre otras multinacionales que pudieran hacer parte del mercado potencial, para de esta manera lograr una cuantificación del mercado potencial e identificar un mercado objetivo. Lo anterior teniendo en cuenta que el segmento de mercado al cual se pretende llegar son pequeñas y medianas empresas con intereses comerciales y de negocios en Colombia.

Por otro lado se realizó una encuesta con el objetivo de identificar las necesidades de los posibles clientes determinados en el mercado potencial.

### 2.4. ANÁLISIS DEL MERCADO

Se considera como mercado potencial las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá, que tengan interés en establecer relaciones comerciales en el exterior.

Según el informe de “Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Anual Bogotá 2009-2010”, el mercado potencial está alrededor de las 32.000 pequeñas y medianas empresas establecidas en la ciudad de Bogotá. De este universo, se concentrará la acción sobre las empresas ubicadas en sectores con potencial para inversión extranjera, alrededor de 14500 empresas, como son: artículos médicos, BPO/servicios compartidos, Contact Centers, Autopartes, Turismo, Cosméticos, Farmacéuticos, Tecnologías de la Información, Mantenimiento de Aeronaves, Servicios de Salud, Servicios de Educación. Servicios Petroleros y Mineros, Producción Audiovisual, Productos Electrónicos, Industria Gráfica Editorial, Productos Agrícolas Frescos y Procesados, Hierbas Aromáticas, Aceites Esenciales, y otros Ingredientes Naturales.

En el cuadro a continuación se describe detalladamente los sectores potenciales en los cuales se concentrarán las acciones de la empresa y el grado de inversión extranjera que ha tenido en los últimos años.

Grafica 5. Empresas Matriculadas y renovada en Bogotá según actividad económica y tamaño.

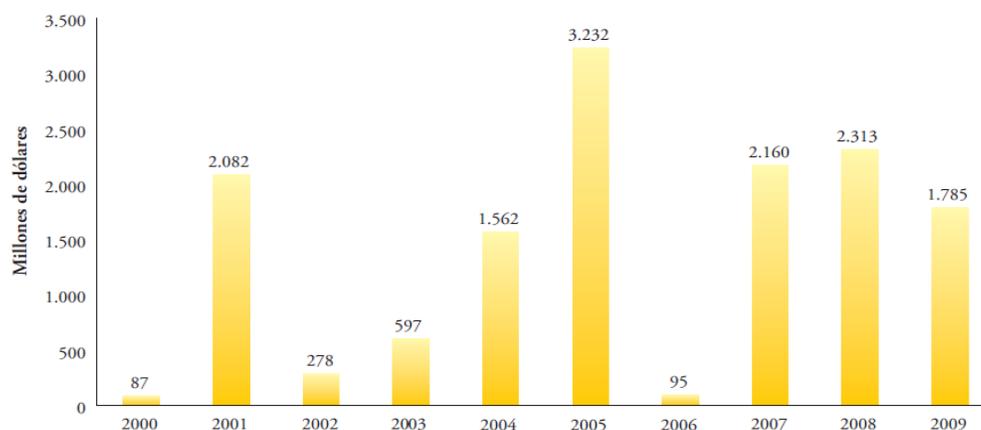
**Caracterización de las empresas formalmente constituidas en Bogotá en el 2009.**

**Empresas matriculadas y renovadas en Bogotá según actividad económica y tamaño, 2009**

Actividad económica	MICROEMPRESAS	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	Total
Agricultura	2.386	1.002	416	87	3.891
Pesca	55	10	2	-	67
Explotación de minas y canteras	825	277	174	134	1.410
Industrias manufactureras	31.483	4.154	1.049	409	37.095
Suministro de electricidad, gas y agua	258	49	33	25	365
Construcción	10.993	2.276	843	227	14.339
Comercio y reparación de vehículos automotores	83.092	7.596	1.637	444	92.769
Hoteles y restaurantes	18.450	442	94	28	19.014
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	11.982	1.609	421	151	14.163
Intermediación financiera	6.584	945	403	288	8.220
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	29.720	5.895	1.325	327	37.267
Administración pública y defensa	116	6	4	6	132
Educación	2.544	241	31	-	2.816
Servicios sociales y de salud	4.575	526	86	27	5.214
Otras actividades de servicios comunitarios, sociales	10.588	443	111	39	11.181
Hogares con servicio doméstico	5	1	-	-	6
Total	213.656	25.472	6.629	2.192	247.949

Fuente: Registro Mercantil. Cámara de Comercio de Bogotá, 2009.  
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá.

**Flujos de inversión extranjera en Bogotá, 2000 – 2009.**



Fuente: Banco de la República.  
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

El mercado objetivo se concentrará en el 5% de las empresas con potencial exportador lo cual equivale a aproximadamente a 725. Se espera por lo menos vender una página mensual a cada una de estas empresas.

## 2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Dentro de la competencia en Colombia se puede diferenciar básicamente entre dos tipos: los traductores independientes o traductores “freelance” y las empresas de traducción, siendo muy amplia la oferta en cuanto a traductores independientes se refiere. En cuanto a productos o servicios sustitutos no se identifica un sustituto que pueda desplazar el servicio de traducción. Ya sea con empresas especializadas, traductores “freelance” o con el uso de alguno de los múltiples programas que se encuentran en internet para realizar traducciones no interpretaciones el resultado al final será aproximadamente el mismo.

En el mercado se encuentran empresas de traducción que ofrecen diferentes servicios para traducir que no son adecuados para el mercado de empresas extranjeras al que se pretende llegar.

### 2.5.1. FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA

A continuación se muestra un análisis DOFA de la competencia, la cual es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategias propias a partir del comportamiento de empresas que se dedican a actividades económicamente similares. Su nombre proviene de las siglas: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

El proceso de crear una matriz DOFA es muy práctico puesto que en cada uno de los cuatro cuadrantes se hace una lista de factores de acuerdo a cada uno de los cuatro elementos mencionados antes.

Tabla 1. Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA) de la competencia

	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
<b>Traductores e intérpretes independientes</b>				
<b>Independientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No representan una empresa constituida y por tanto no ofrecen credibilidad.</li> <li>- Capacidad de servicio limitada.</li> <li>- No poseen respaldo empresarial, al no ser una empresa constituida.</li> <li>- No tienen procesos estandarizados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posibilidad de creación de empresa o asociamiento para ofrecer sus servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia en el campo de la traducción como asesores.</li> <li>- Posicionamiento como traductores independientes al servicio de empresas.</li> <li>- Traductores certificados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de respaldo empresarial, lo cual provoca desconfianza en posibles clientes.</li> <li>- Inestabilidad laboral.</li> </ul>
<b>Empresas que ofrecen servicios similares.</b>				
<b>Cámara de Comercio Colombo Británica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecen servicio lingüístico y acompañamiento en solo dos idiomas español e inglés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oportunidad de abarcar mayor cantidad de mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia, trayectoria y credibilidad.</li> <li>- Cuentan con los equipos necesarios para hacer traducciones simultáneas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta dinamicidad de la competencia.</li> </ul>
<b>AA's Traducciones Simultaneas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecen servicio lingüístico y acompañamiento en solo tres idiomas español, inglés y alemán.</li> <li>- Precios altos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posible crecimiento en mercado, y mejoras en su estructura organizacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Además de ser profesionales en la traducción, son profesionales en otras áreas como en negocios internacionales e ingeniería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta dinamicidad de la competencia.</li> <li>- Nivel tecnológico de la competencia en aumento</li> </ul>

Fuente: Los autores.

Se puede observar que las empresas buscan la formalización y estandarización de los procesos con miras a dar un servicio con alto grado de confiabilidad y credibilidad. Se prefieren empresas formalizadas ya que brinda mayor grado de confiabilidad, esto sumado a la aplicación de medios tecnológicos que den facilidades de acceso a los clientes, rapidez y confiabilidad.

De modo general, la competencia es dinámica y variada, la cual se caracteriza por la búsqueda de tecnificación y especialización en la prestación de servicios a determinados sectores empresariales.

Este análisis muestra que las actividades de estas empresas están enfocadas a los clientes a los cuales se les busca solucionar sus necesidades de traducción y por esta razón se debe tener muy en cuenta su desempeño y estrategias al momento de iniciar actividades.

## 2.6. ENCUESTA CLIENTES

Con el fin de identificar las necesidades del mercado potencial se realizó una encuesta en la cual se indaga sobre los requerimientos de servicios de traducción a diferentes empresas. Para lo anterior se consultaron 30 personas propietarias de pequeñas empresas de diversos sectores económicos. Esta se aplicó para la fecha del 17 de enero del 2011 al 21 de enero del 2011 el tipo de instrumento es una encuesta ver. (ANEXO 1).

Escogimos como método de muestra la encuesta gracias a que permite estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico, nos permite obtener información de casi cualquier tipo de población.

El tipo de población que escogimos para hacer este tipo de muestra (encuesta), fue a los propietarios y gerentes de pequeñas y medianas empresas, fueron elegidos ya que hemos tenido contacto directo con ellos y son las personas que directamente solicitan el servicio de traducción de los productos que ellos importan.

## 2.6.1 FICHA TÉCNICA

Realizado por: Leonardo Arias F. y Luisa Fernanda Rojas M.

Población estudiada: Medianas empresas de Bogotá

Tamaño de la muestra: 30 encuestas realizadas en la ciudad de Bogotá.

Fecha de recolección: 17 de enero del 2011 al 21 de enero del 2011.

Marco muestral: personas propietarias de pequeñas empresas de diversos sectores económicos.

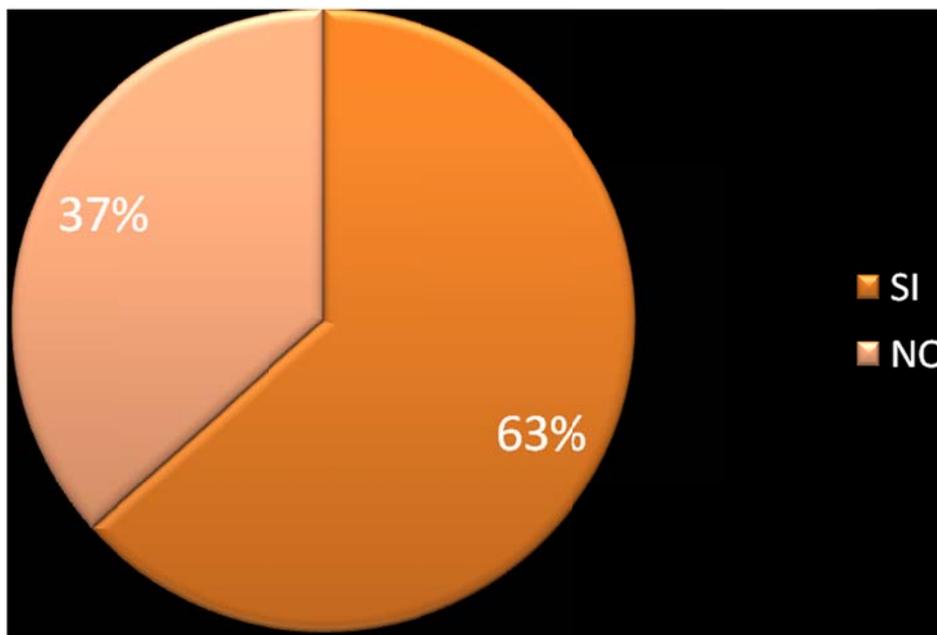
Método de recolección: Entrevista personal con el Gerente General/Presidente/Vicepresidente/Propietario.

## 2.6.2 RESULTADOS

Los resultados obtenidos se presentan a continuación:

1. ¿Alguna vez ha tenido la necesidad de recurrir a servicios de traducción de textos? Grafica 1:  
Necesidad del servicio de traducción.

Grafica 6. Necesidad de recurrir al uso de Servicios de Traducción.



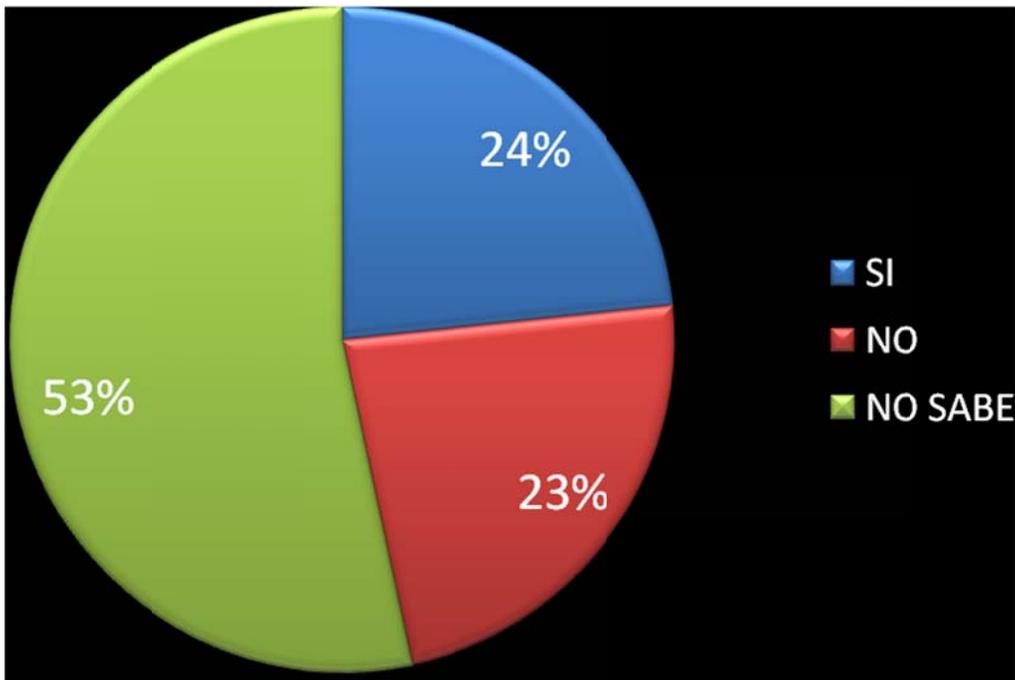
Fuente: Los autores.

63% manifestó la no necesidad de recurrir al uso servicios de traducción de textos.

23% manifestó la necesidad de recurrir al uso de servicios de traducción de textos

2. Si su respuesta es no, ¿Creería que a futuro cercano (próximo año) podría necesitar los servicios de un traductor de textos?

Grafica 7: Percepción de necesidad del servicio de traducción en el futuro.



Fuente: Los autores

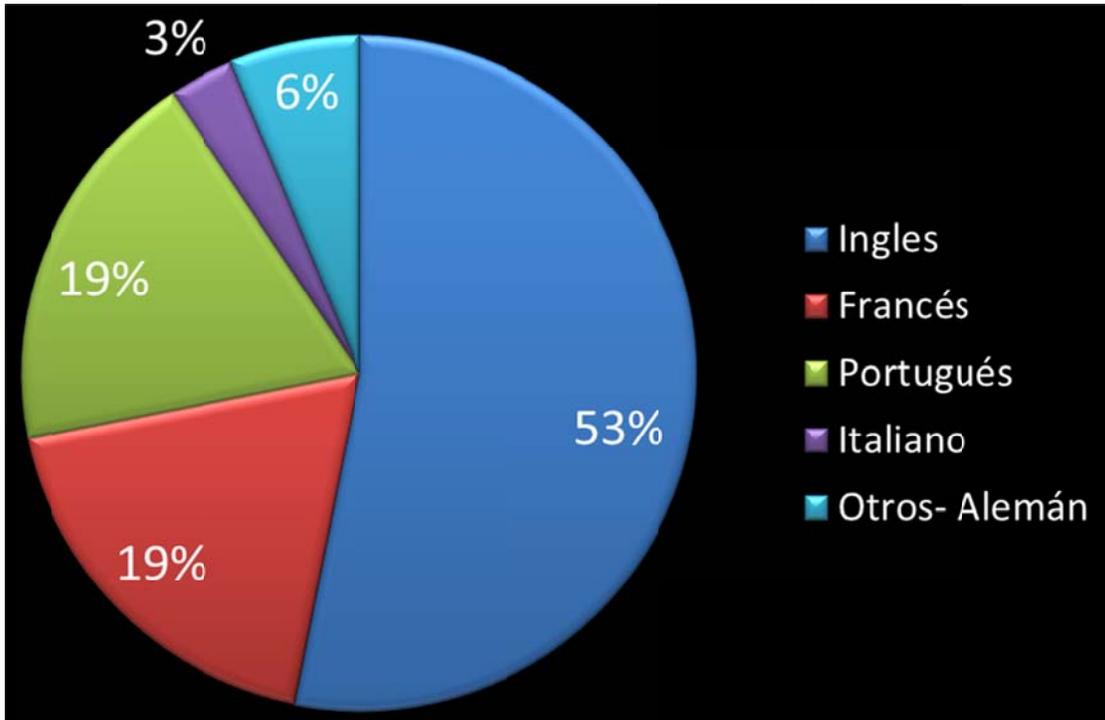
Un 23% manifestó que si necesitara servicios de traducción en el futuro

Un 23% manifestó que no necesitara servicios de traducción en el futuro

Un 54% manifestó que no saber si necesitara servicios de traducción en el futuro

3. ¿En qué idioma ha necesitado o podría tener la necesidad de la traducción de algún texto?

Gráfica 8: Idioma en el que ha necesitado o podría necesitar la traducción de algún texto.



Fuente: Los autores.

Un 3% manifestó la necesidad de traducción de textos en inglés.

Un 19% manifestó la necesidad de traducción de textos en francés.

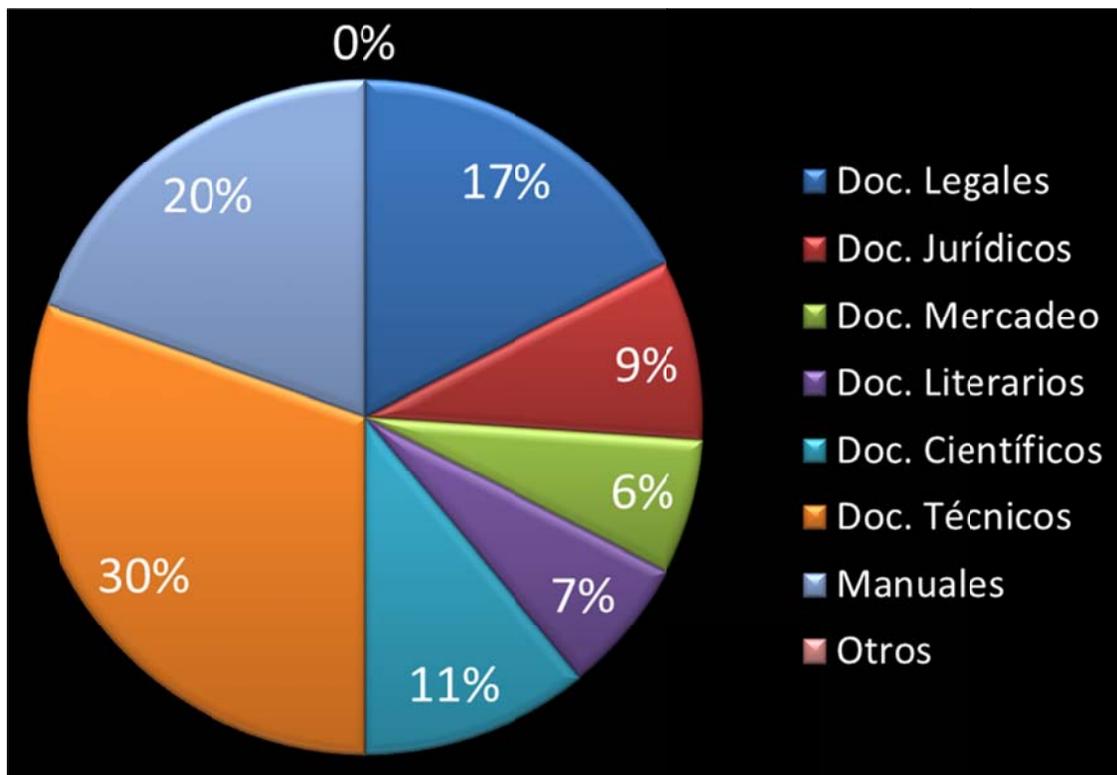
Un 19% manifestó la necesidad de traducción de textos en portugués.

Un 3% manifestó la necesidad de traducción de textos en italiano.

Un 6% manifestó la necesidad de traducción de textos en alemán.

4. ¿Qué tipo de documentos o información ha necesitado o mandaría a traducir?

Gráfico 9: Tipos de documentos o información que ha necesitado o mandaría a traducir.



Fuente: Los autores.

Un 17% manifestó la necesidad de traducir Documentos Legales.

Un 9% manifestó la necesidad de traducir Documentos Jurídicos.

Un 6% manifestó la necesidad de traducir Documentos de Mercadeo.

Un 7% manifestó la necesidad de traducir Documentos Literarios.

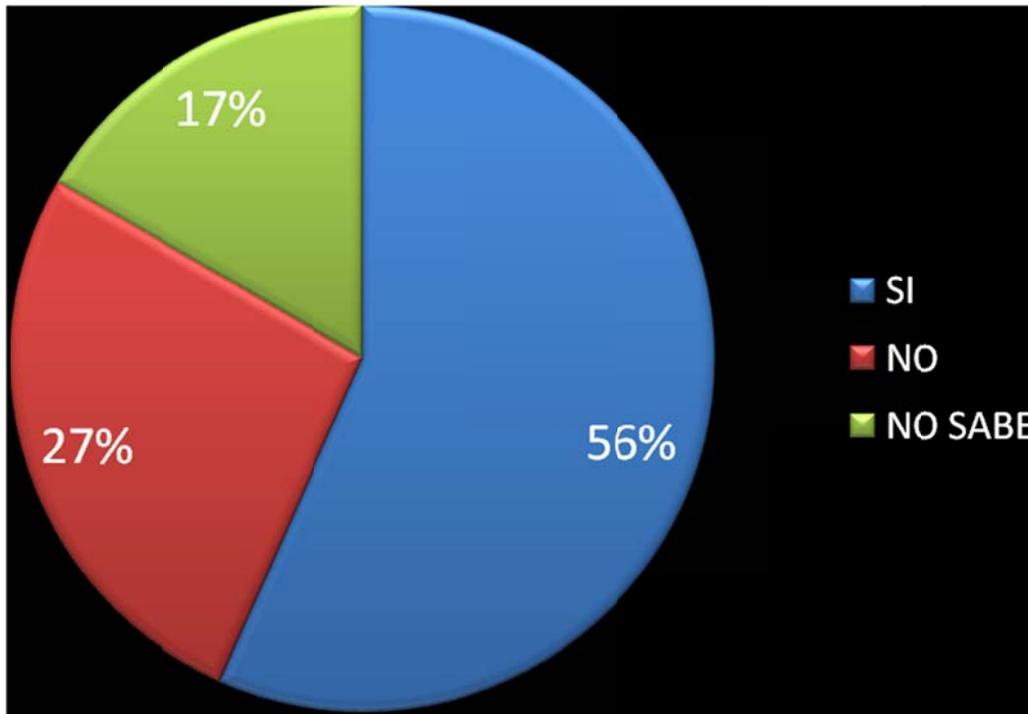
Un 11% manifestó la necesidad de traducir Documentos Científicos.

Un 30% manifestó la necesidad de traducir Documentos Técnicos.

Un 20% manifestó la necesidad de traducir Manuales.

5. ¿Considera que tener un traductor exterior a la compañía disponible 24 horas le ayudaría en su vida laboral o empresarial?

Gráfico 10: Tener traductor disponible 24 horas mejoraría su vida laboral o empresarial.



Fuente: Los autores.

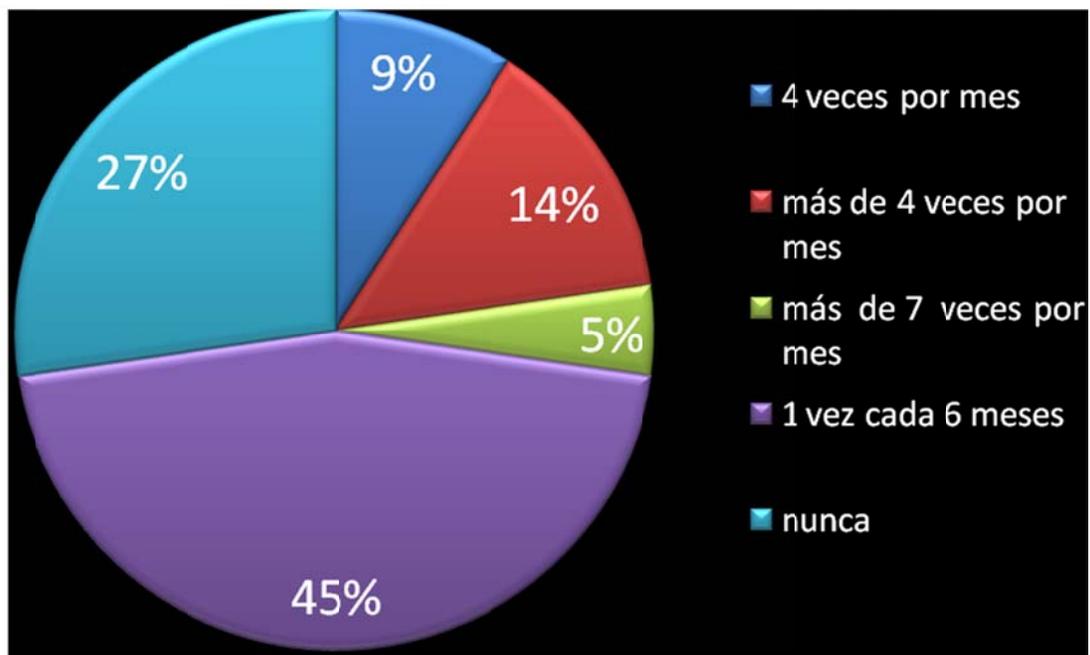
Un 57 % manifestó que tener un traductor 24 horas mejoraría su vida laboral o empresarial.

Un 28 % manifestó que tener un traductor 24 horas no mejoraría su vida laboral o empresarial.

Un 17 % manifestó que no sabe que si tener un traductor 24 horas mejoraría su vida laboral o empresarial.

6. ¿Con que frecuencia traduce usted textos?

Gráfico 11: Frecuencia con la que traduce textos.



Fuente: Los autores.

Un 9% manifestó traducir textos 4 veces por mes.

Un 14% manifestó traducir textos más de 4 veces por mes.

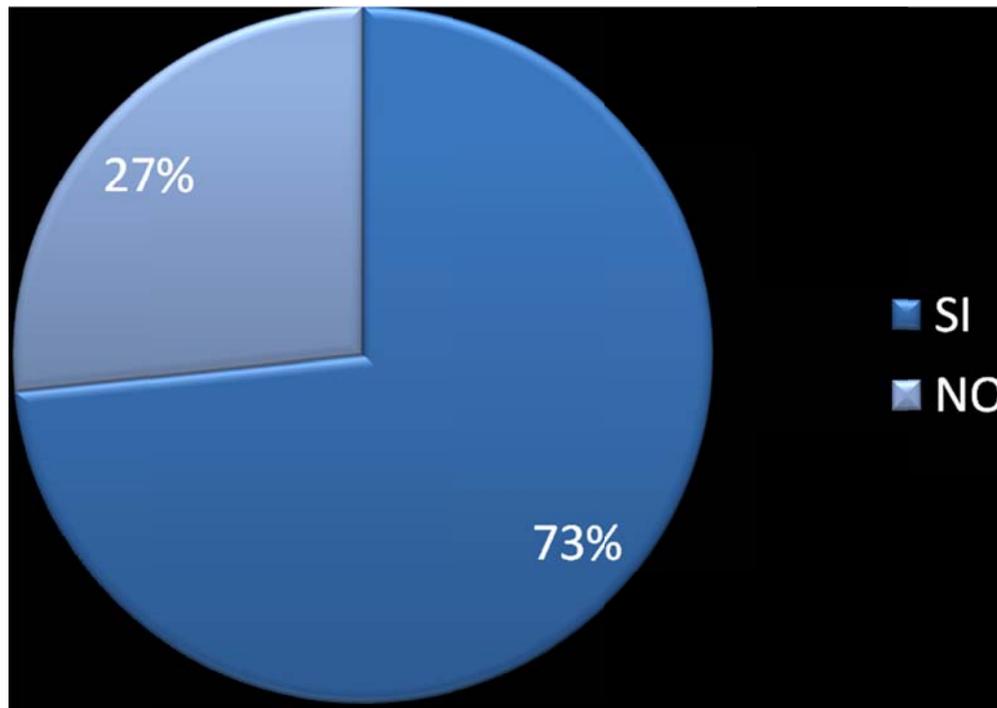
Un 5% manifestó traducir textos más de 7 veces por mes.

Un 45% manifestó traducir textos 1 vez cada 6 meses.

Un 27% manifestó nunca haber necesitado traducir textos.

7. ¿Cree usted que es importante que los traductores sean nativos?

Gráfico 12: Importancia de tener traductores nativos.



Fuente: Los autores.

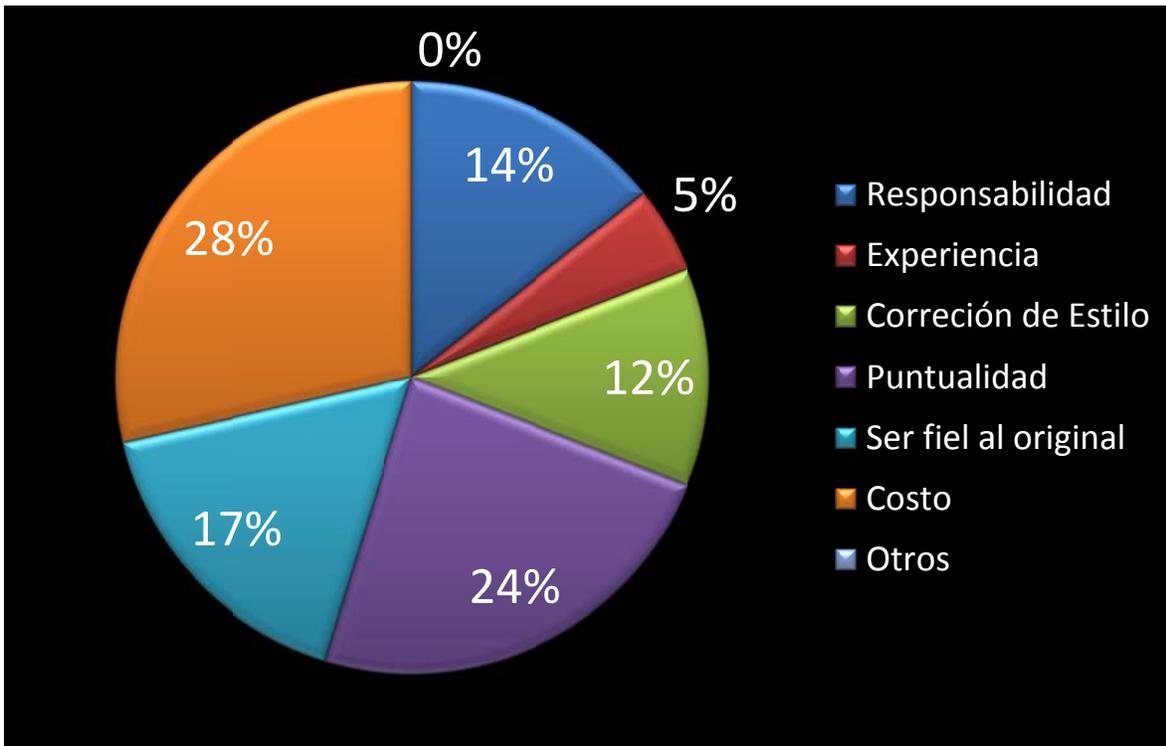
Un 73% manifestó que si es importante tener traductores nativos.

Un 27% manifestó que no es importante tener traductores nativos.

8. ¿Cuáles son las características importantes que debe tener un traductor de textos?

Siendo 1 la más importante y 6 la menos importante, enumere cada una según su criterio en importancia.

Gráfico 13: Principales características que debe tener un traductor de textos.



Fuente: Los autores.

Un 14% calificó la responsabilidad como característica importante.

Un 5% calificó la experiencia como característica importante.

Un 12% calificó la corrección de estilo como característica importante.

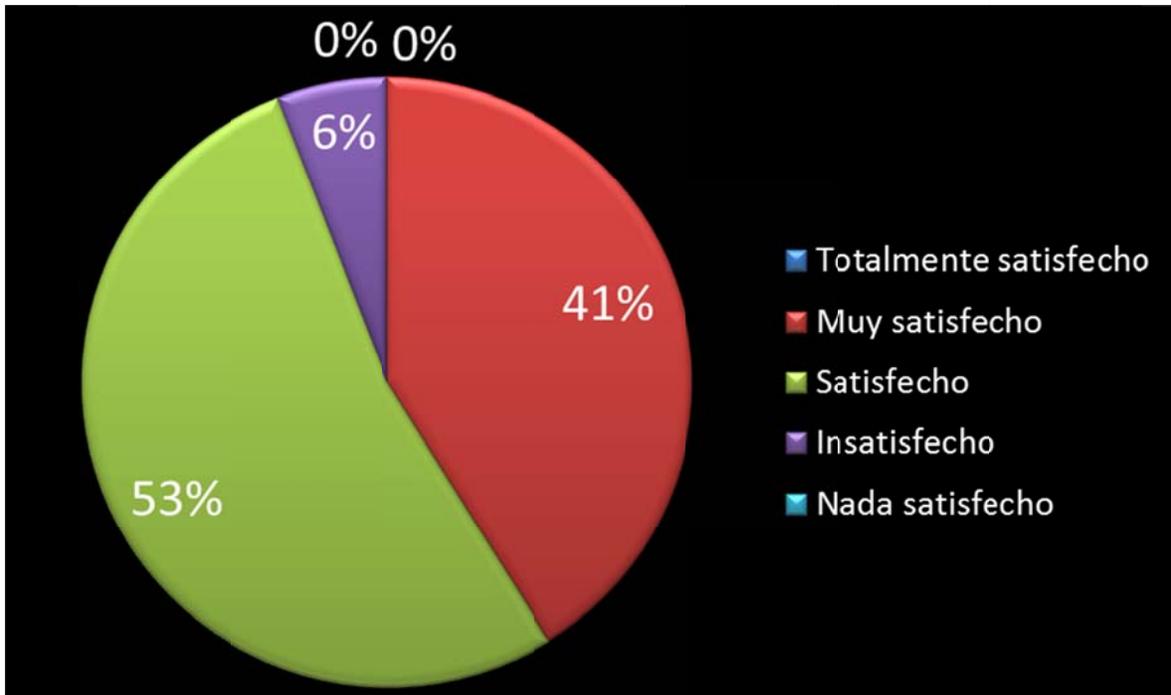
Un 24% calificó la puntualidad como característica importante.

Un 17% calificó ser fiel al original como característica importante.

Un 28% calificó el costo como característica importante.

9. Si los ha utilizado, ¿Qué tan satisfecho se siente con los servicios de traducción que le han prestado?

Gráfico 14: Satisfacción con los servicios de traducción.



Fuente: Los autores.

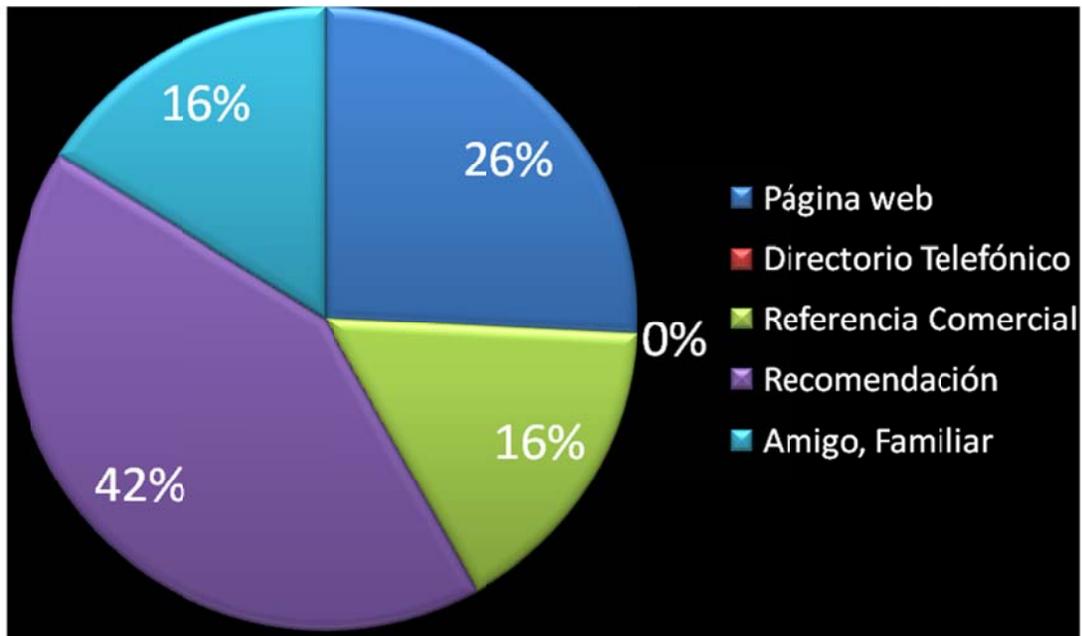
Un 41% manifestó estar muy satisfecho con los servicios de traducción.

Un 53% manifestó estar satisfecho con los servicios de traducción.

Un 6% manifestó estar insatisfecho con los servicios de traducción.

10. ¿Dónde busca información cuando elige un traductor o necesita hacer una traducción?

Gráfico 15: Ubicación de información de traductores.



Fuente: Los autores.

Un 26% manifestó buscar información en páginas web.

Un 16% manifestó buscar información por referencia comercial.

Un 42% manifestó buscar información por recomendación.

Un 16% manifestó buscar información por amigo o familiar.

### 2.6.3 CONCLUSIONES DEL INSTRUMENTO

Un 63% de la muestra ha contratado servicios de traducción y un 53% de la misma manifestó tener la percepción de necesitar dichos servicios en el futuro. Esto nos da a entender que hay una demanda por dichos servicios.

Respecto a los idiomas utilizados, un 53% de los encuestados manifestó que las traducciones que realiza son hacia el inglés, un 19% hacia el francés y el portugués.

Las temáticas traducidas son en su mayoría textos técnicos, seguidos de manuales y documentos legales.

El 56% de los encuestados manifiesta que encuentra un beneficio el tener un traductor 24 horas disponible ya que considera que esta característica mejora la vida laboral.

Respecto a la frecuencia de las traducciones, 9% realiza traducciones 4 veces al mes, 14% de cuatro a seis meses por mes, 5% más de 7 veces por mes y un 45% una vez cada seis meses.

Un 73% considera que es de importancia tener nativos de los idiomas a traducir como traductores. Los factores más importantes a la hora de contratar un traductor son la puntualidad, la responsabilidad y el estilo de la traducción.

Los entrevistados se sienten en general satisfechos con los servicios de traducción que han recibido. Un 41% se encuentran muy satisfechos, 53% satisfechos y solo un 6% no están satisfechos.

Un 42% de los encuestados busca los traductores basados en referencias que les den de los mismos y un 28% en Internet.

Estos resultados muestran que hay una demanda de servicios de traducción los cuales se contratan permanentemente. Además, muestra que el fuerte del mercado está en el área de los negocios y la necesidad de traducciones en idiomas como el francés y el portugués abre nuevas puertas a nichos de mercado poco explotados.

### 3. ESTRATEGIAS DE MERCADO

#### 3.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El servicio a prestar será el de traducción de textos, el cual estará dirigido a pequeñas y medianas empresas que estén realizando o deseen establecer relaciones comerciales en el exterior, además, de aquellas instituciones extranjeras que visiten el país en búsqueda de negocios.

En la traducción de textos se manejarán el idioma inglés, portugués y español, los cuales se prestarán de manera directa.

Los aspectos y características más relevantes del servicio frente a la necesidad que satisface son los siguientes:

- ⇒ Integralidad, en una sola empresa el cliente puede acceder a traductores de varias lenguas.
- ⇒ Calidad, la empresa contará con traductores oficiales.
- ⇒ Disponibilidad, la empresa creará una comunidad de traductores que permite tener mayor capacidad de respuesta.
- ⇒ Servicio especializado en los negocios.
- ⇒ Conocimiento de la diferencia cultural.
- ⇒ Planeación y programación.
- ⇒ Ética profesional.

Las características del servicio se presentan a continuación:

- ⇒ Traducción escrita de documentos: El texto traducido final se entregara en hoja tamaño carta, a doble espacio, y en letra arial tamaño 12; en algunos casos se podrá convenir con el interesado unas especificaciones diferentes. El cobro se hará por palabra y el tiempo de entrega dependerá de la longitud del texto y el acuerdo al que se llegue con el cliente.

Las combinaciones de idiomas a manejar son: inglés – español, español - inglés, portugués – español, español – portugués y portugués – inglés, inglés – portugués.

### 3.2. PRECIO

Los precios por palabra traducida en Colombia son fijados por el Colegio Colombiano de Traductores. El año 2011 el Colegio Colombiano de Traductores estableció una tarifa de \$160 pesos por palabra, más IVA. La unidad de base para el cálculo de las tarifas es la palabra (una página tiene aproximadamente 200 palabras).

La definición del valor que deben pagar los clientes por el servicio resultó de un análisis realizado en el mercado en el cual se pudo establecer los promedios de precios de la competencia, la demanda del producto y las tendencias actuales.

De acuerdo con lo anterior, se pudo establecer que la competencia cobra por los servicios de traducción de textos entre \$7.000 y \$12.000 pesos por página, y a precios internacionales entre \$70 y \$260 pesos por palabra para el idioma inglés; de \$100 pesos por palabra y máximo \$25.000 pesos por página para el idioma portugués.

Tabla 2. Costos por palabra de la competencia.

EMPRESA	VALOR PALABRA	VALOR PAGINA DE 200 PALABRAS
Translated.net	\$235	\$47.000
Traductor independiente	\$70	\$12.000 inglés y \$20.000 portugués.
Capital Colombia.com Traducciones y consultoría técnica.	\$51	\$10.200
Apostilla y Trámites en Colombia	\$70	\$12.000 inglés y \$20.000 portugués.
Apostillar Colombia.com	-	\$15.000 inglés y \$25.000 portugués.

Fuente: Los autores

### 3.3. PLAZA O DISTRIBUCIÓN

La empresa tendrá como sede principal la ciudad de Bogotá, lugar desde el cual dirigirá, organizará y prestará el servicio, sin embargo prestará sus servicios a empresas que así lo necesiten en las diferentes ciudades del país.

Tentativamente, la oficina se ubicara en la Carrera 20B N° 73 - 18 barrio San Felipe, localidad de Barrios Unidos en la ciudad de Bogotá, Colombia. Este lugar es ideal para la prestación de los servicios. Ubicado a pocas cuadras del centro financiero de la Avenida Chile en Bogotá, con importantes vías de acceso a pocas cuadras como lo son la Avenida Caracas, la Autopista Norte, la carrera 30, la calle 80 y la calle 72.

El lugar cuenta con las condiciones adecuadas tanto para laborar como para la atención de clientes. Tiene un área de 25 metros cuadrados. Para ver un plano del mismo, ver la parte técnica de esta tesis. (Anexo 2).

Cabe indicar que así como se tendrá la oficina para la prestación de los servicios de EasyTranslations SAS, se utilizara primordialmente la distribución virtual, la cual ayuda tanto a facilitar el envío de las traducciones como a reducir los costos de entrega de las mismas. Los documentos se recibirán en medio magnéticos vía e-mail e igualmente el texto traducido se remitirá por correo electrónico, a menos que el cliente pida de manera expresa que la traducción sea entregada por otro medio o forma.

### 3.4. PROMOCIÓN

La promoción del servicio se realizará a través de la pauta en Internet, en páginas de gran volumen de visitas como mundo anuncio.com; laguiacalsificados.com o portafolio.com y a través de la página Web propia que será [www.easytranslations.com.co](http://www.easytranslations.com.co). Además se realizará una estrategia de

promoción a través del telemarketing y el envío de publicidad a correos electrónicos corporativos de los clientes objetivos previamente seleccionados.

Se hará especial énfasis en el mercadeo electrónico, lo cual posteriormente permitirá determinar cuáles son los requerimientos exigidos por los clientes y con esta información se procede a establecer una estrategia de mejoramiento de la operación en Internet y una base de datos de clientes; posteriormente se realizará un mercadeo directo por medios tradicionales como el envío de material impreso y el envío de información a través de correo electrónico.

La utilización del comercio electrónico también permitirá responder a solicitudes de cotización, confirmar pedidos, ordenes de servicio, facturación y pago, dando un tratamiento especial a las solicitudes para aumentar la confianza del cliente.

La página Web a diseñar debe cumplir con los siguientes requisitos mínimos para lograr el objetivo de promoción de la empresa: visibilidad, confiabilidad, funcionalidad, respuesta rápida y actualización con las diferentes modalidades de servicio ofrecidos a los clientes. Estos requisitos permitirán obtener beneficios como la presencia global, el aumento de la competitividad y la calidad del servicio, la reducción de costos y precios al cliente y la reducción de los tiempos de entrega del servicio.

### **3.5. ESTRATEGIAS DE SERVICIO**

#### **3.5.1. ATENCIÓN PERSONALIZADA**

Buscando una atención efectiva, el servicio al cliente debe contar con toda la información que requiera para que la atención sea completa y suficiente para dar solución a las necesidades del cliente.

#### **3.5.2. ESCUCHAR LAS NECESIDADES DEL CLIENTE**

Cuando el cliente se siente escuchado; se siente valorado e importante, de esta forma se logra fidelidad y permanencia con la empresa.

### **3.5.3. CLARIDAD Y VERACIDAD EN LA INFORMACIÓN**

Un cliente que se siente engañado, se pierde para siempre. Es de gran importancia armonizar la oferta del servicio con lo que el cliente realmente recibe.

### **3.5.4. REALIZAR ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN**

Se elaboraran encuestas para que el cliente manifieste todo lo que no le gusta: Prestando especial atención a sus requerimientos y reclamos y hacer los correctivos necesarios. Para así desarrollar un plan de mejora continua en el servicio.

#### **3.5.4.1. PROCESO ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN**

##### **1. Objeto**

Medir y analizar el nivel de satisfacción de los clientes para contribuir a la mejora continua de los servicios ofrecidos por la empresa.

##### **2. Alcance**

Este procedimiento cubre los servicios de traducción ofrecidos por la empresa.

##### **3. Responsable**

Gerente, equipo de traductores, secretaria y vendedor.

##### **4. Entradas**

- ⇒ Solicitud de medición de nivel de satisfacción de un determinado grupo de clientes por parte de la gerencia.
- ⇒ Datos procedentes del buzón de sugerencias y del sistema de Quejas, Reclamos y Sugerencias.
- ⇒ Modelos de Encuesta.

##### **5. Salidas**

- ⇒ Informe de análisis de resultados.

##### **6. Cliente**

⇒ Empresas solicitantes del servicio de traducción.

7. Proveedor

⇒ Gerencia.

8. Inicio

⇒ Proponer resultados y colectivos a medir.

9. Fin

⇒ Proceso de publicación de la información.

#### 3.5.4.2. ETAPAS DEL PROCESO

1. Como primer paso el Gerente propone los resultados de satisfacción del cliente, el proceso y los grupos a medir de acuerdo con la política de calidad y atención al cliente.
2. Una vez establecidos, la Gerencia debe definir los objetivos del estudio y seleccionar las herramientas que son necesarias para realizar la medición.
3. A continuación, la Gerencia elabora una muestra de los colectivos o grupo de clientes a medir y los instrumentos de medición aplicar en cada caso.
4. Después la Secretaria recoge la información cumpliendo con los criterios de fiabilidad y exhaustividad previstos. En el caso de que los datos no sean suficientes se volverá a recoger más información.
5. La Gerencia analiza los resultados, y si éstos no son satisfactorios se definen acciones de mejora.
6. Todo ello, resultados y acciones de mejora, si los hubiere, los recoge la Gerencia en un informe completo orientado a todos los integrantes de la empresa. Además se generará una versión reducida de este informe destinada a su publicación en la página web de la empresa.
7. Por último se ejecuta el proceso de Publicación de la Información en una reunión con todo el equipo de trabajo y en la página web para conocimiento de los clientes.

## 4. OPERACIÓN

### 4.1. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

Se ofrece el servicio de traducción de textos de diferentes idiomas con un servicio personalizado de alta calidad tanto a clientes institucionales como particulares.

### 4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

El proceso descrito a continuación servirá de ruta para la prestación del servicio de traducción de textos.



Grafica 16. Proceso de Traducción. Fuente Los Autores.

### 4.3. SÍNTESIS DEL PROCESO DE TRADUCCIÓN

#### ☞ Consulta de presupuesto

El cliente interesado envía un pedido de presupuesto sin cargo. Lo ideal para evaluar el proyecto es contar con el material de referencia en formato digital. Si dispone de los textos en papel, puede escanearlos y enviarlos por correo electrónico.

#### ☞ Análisis del material y presupuesto

Una vez recibido el material, se analizan sus características externas para su futura traducción y se arma un presupuesto de acuerdo con las especificaciones del cliente, detallando costos, plazos, descuentos o recargos aplicables, y demás detalles específicos.

#### ☞ Aceptación de presupuesto

Si el cliente acepta el presupuesto y los plazos propuestos, se inicia el proceso de traducción propiamente dicho.

#### ☞ Análisis del material por traducir (pre-traducción)

Se analiza el material en detalle, se contacta al profesional mejor capacitado para encarar dicho proyecto y se investiga el tema específico a traducir (armado de glosarios o bases terminológicas, consulta con profesionales del área, etc.).

#### ☞ Traducción de textos

Se procede a la traducción propiamente dicha. Durante el proceso pueden efectuarse consultas al cliente para aclarar dudas o especificar más sus preferencias.

#### ☞ Revisión de la traducción

Una vez completada la traducción, se la deriva a un revisor/corrector que se ocupa del control de calidad del producto final antes de la entrega al cliente.

#### ☞ Legalización

En caso de tratarse de una traducción pública, en esta instancia interviene el Colegio de Traductores, certificando la firma del Traductor Público que ha realizado la traducción.

#### ☞ Entrega de la traducción al cliente

Se entrega la traducción del documento al cliente. Para proyectos de mayor volumen o de largo alcance, existe la posibilidad de realizar entregas parciales para que el cliente coteje la calidad del trabajo y presente sugerencias o correcciones durante el proceso.

#### ☞ Retroalimentación del cliente

El cliente tiene la libertad de solicitar cambios, ajustes o una actualización / ampliación del proyecto de traducción una vez concluido y entregado el producto final o puede dar por cerrado ese proyecto en particular con su aprobación final.

### 4.3.1 REVISIONES

La revisión de textos es una tarea que involucra capacidades muy diferentes a la tarea de traducción; por eso debe ser encarada por un corrector profesional, quien analizará el texto para advertir distintos tipos de errores o zonas a mejorar, y le presentará sugerencias. No se trata solo de embellecer un texto, sino de asegurarse de que el mensaje que se intenta transmitir sea claro, esté correctamente redactado y cumpla con sus objetivos comunicativos.

Las deficiencias que un texto puede presentar se dividen en dos grupos:

- ⇒ Gramaticales y tipográficos o micro-estructurales: errores estructurales y de mal uso de la lengua en cuanto a ortografía, puntuación, acentuación, sintaxis, etc.
  
- ⇒ Estilísticos o macro-estructurales: estilo, registro, armado de párrafos, coherencia, jerarquización de la información, etc.

En EASY TRANSLATION SAS se trabajan los textos a estos dos niveles y el cliente puede tener la plena confianza de que se le entregará un documento libre de fallas, junto con una serie de consejos o recomendaciones prácticas. Un texto revisado por un profesional es garantía de una mejor comunicación.

### 4.3.2 VALOR AGREGADO

El uso de herramientas informáticas. Durante cada proyecto de traducción se confeccionan glosarios y bases terminológicas, y paralelamente se crean memorias de traducción de uso exclusivo y de estricta confidencialidad para cada cliente en particular. El uso de las llamadas CAT Tools (Herramientas de Traducción Asistida por Computadoras) facilita dicha tarea y garantiza la coherencia de los contenidos traducidos, una mayor celeridad en la entrega del producto final y el resguardo de los textos confiados por el cliente y de sus preferencias. Las CAT Tools se pueden encontrar en internet o en CD-ROM y las más usuales son FileMaker-Pro, Termium Plus o Wordfast. Aparte de estos programas, se adquirirá la licencia de Trados, programa de traducción especializado.

Así mismo EASY TRANSLATIONS SAS trabaja sobre los siguientes formatos:

- ⇒ Microsoft Word
- ⇒ Microsoft Excel
- ⇒ Microsoft PowerPoint
- ⇒ Adobe Acrobat (.pdf)
- ⇒ .html (páginas web)
- ⇒ Jpg, gif

Para iniciar operaciones la empresa requiere los siguientes equipos y software:

- ➔ 3 computadores.
- ➔ 1 impresora multifuncional
- ➔ Software programas de traducción Trados, Windows y Office.
- ➔ 2 teléfonos.

Igualmente se necesita el siguiente mobiliario:

- ➔ 6 sillas
- ➔ 1 sala con dos poltronas, mesa de centro y sofá.
- ➔ 3 escritorios.

Aparte de esto se requiere papelería de esta forma:

- ➔ Tres resmas de papel de 75 gr.
- ➔ Cosedora.
- ➔ Perforadora.
- ➔ Sacaganchos.
- ➔ Diez carpetas.
- ➔ Dos USB de 8Gb.
- ➔ Una caja de doce lapiceros de colores variados.
- ➔ Tres portaminas.
- ➔ Tres repuestos de minas para portaminas.

## 5. ORGANIZATIVA LEGAL

### 5.1. MISION

Satisfacer las necesidades de traducción de documentos para empresas y personas que así lo requieran, con altos estándares de calidad y confiabilidad.

Para el logro de lo anterior se cuenta con un equipo de profesionales altamente calificados dispuestos a ofrecer todo su potencial y capacidades tanto personales como profesionales, con un alto sentido de honestidad, responsabilidad, calidad y compromiso con el medio ambiente.

### 5.2 VISION

EASY TRASLATION S.A.S. será una empresa líder en ventas y de gran reconocimiento en el mercado de traducción del país mediante la aplicación de un mejoramiento continuo en todos los procesos, abierta a las innovaciones y tendencias tecnológicas.

### 5.3 SLOGAN

**“TRADUCCIÓN: LA HERRAMIENTA QUE SU EMPRESA NECESITA”**

Con este slogan queremos dar a entender que con la globalización las empresas grandes y pequeñas necesitan conocer más sobre el mercado mundial para poder competir y darse a conocer internacionalmente y expandir su marca, para así obtener nuevos mercados y campos de acción.

### 5.4 VALORES CORPORATIVOS

1. **LEALTAD:** Cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional.
2. **RESPONSABILIDAD:** Todos los servicios de EASY TRASLATION S.A.S. son ejecutados con los más altos estándares de cumplimiento, puntualidad y respeto por el cliente.

3. **HONESTIDAD:** Empezar actuaciones bajo criterios de discernimiento ético en la gestión institucional.
4. **RESPECTO:** Comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos inherentes a cada persona.
5. **EFICIENCIA:** Se propenderá por un máximo logro en los resultados con el uso racional de los recursos disponibles.
6. **COMPROMISO:** Demostrar vocación de servicio y sentido de pertenencia frente a la Entidad, ejerciendo el liderazgo necesario para dar cumplimiento a los objetivos de la organización, respetando el medio ambiente.
7. **COMPETITIVIDAD:** Aplicar la cultura de calidad en el servicio ofreciendo una amplia cobertura que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado dentro de un mundo globalizado. Manteniendo la satisfacción del cliente como premisa principal. Mirando el entorno y adaptando las prácticas líderes del entorno, así como analizando continuamente el interior de la empresa, tomando en cuenta sugerencias de empleados, innovando y fomentando la participación y el liderazgo eficaz.
8. **SOLIDARIDAD:** Cooperación permanente y continua en el desarrollo en los procesos de la organización y en las relaciones interpersonales con clientes y usuarios.

## 5.5 IMAGEN CORPORATIVA

Grafica 17. Logo de la Empresa.



Fuente: Los autores

El logo da a entender que se puede llegar a negociar con muchos países a nivel mundial, los cuales vamos a tener a nuestro alcance en un ambiente totalmente globalizado para realizar grandes y pequeñas negociaciones e interactuar con diferentes culturas.

## 5.6 TIPO DE EMPRESA

Las sociedades por acciones simplificadas (SAS) tiene reglas más flexibles y su proceso de creación es más económico que las sociedades anónimas tradicionales.

Una estructura ágil, con menos costos, con la responsabilidad clara, y donde un solo emprendedor puede ser el titular de la propiedad es lo que propone la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la nueva modalidad de creación de empresas que está tomando fuerza en el sistema societario colombiano.

El objetivo de este nuevo modelo en Colombia es promover la innovación tanto tecnológica como empresarial, reducir las barreras de acceso al sistema financiero para aquellas nuevas empresas, promover el desarrollo económico en el país y la posibilidad de que con un bajo presupuesto se pueda dar inicio a un proyecto de empresa.

## CARACTERISTICAS DE LA S.A.S

Las características de esta forma de creación de empresas son las siguientes:

- ⇒ Constitución por documento privado.
- ⇒ Término de duración indefinido.
- ⇒ Objeto social indeterminado.
- ⇒ Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
- ⇒ Voto múltiple.
- ⇒ Libertad de organización.
- ⇒ No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva.
- ⇒ Elimina límites sobre distribución de utilidades.

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

## 5.7 ASPECTOS LEGALES

A continuación se detallan los pasos y requerimientos legales para la creación de una empresa.

1. Escoger y reservar el nombre de la empresa.
2. Escoger el tipo de sociedad comercial.
3. Elaborar un Acta de Constitución.
4. Redactar los estatutos de la compañía.
5. Por interés personal y por salvaguardar los intereses de terceros, se deben registrar otros documentos como Actas Complementarias o Aclaratorias de la Asamblea Constitutiva, Libros Contables, etc.
6. Se deberá tramitar el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN.
7. Se debe diligenciar el registro único empresarial y el registro con otras entidades.
8. Finalmente se formalizará el registro de Matrícula Mercantil.

Tabla 3. Costos de los requerimientos legales para la creación de una empresa.

Elaboración Acta de Constitución	\$ 150.000
Redacción Estatutos de la Compañía	\$ 250.000
Registro Libros Contables	\$ 250.000
Tramite Registro Único Tributario	\$ 100.000
Registro Matricula Mercantil	\$ 1.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.750.000</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

## 5.8 COMPROMISOS FISCALES

. Estas son las siguientes obligaciones fiscales que se deben tener en cuenta:

1. Impuesto sobre la Renta y Complementarios: El impuesto de renta se genera en la obtención de rentas ordinarias o extraordinarias, susceptibles de producir un enriquecimiento en el patrimonio del beneficiario en el momento de percibir las y dentro del calendario fiscal (enero a diciembre). En general, todas las sociedades son sujetas al impuesto de renta a una tarifa del 34%. El patrimonio es la suma de todos los bienes y derechos apreciables en dinero poseídos a 31 de diciembre del respectivo año y que tienen la posibilidad de producir una renta. Su periodicidad es anual.
2. Impuesto de Valor Agregado IVA: es un impuesto indirecto sobre el consumo, es decir financiado por el consumidor final. El IVA es percibido por el vendedor en el momento de toda transacción comercial. Su pago es bimestral.
3. Retención en la Fuente.: Tienen esta responsabilidad, quienes adquieran bienes o servicios gravados y estén expresamente señalados como agentes de retención en ventas. Cuando en una operación comercial intervenga un responsable del régimen simplificado (como vendedor o prestador de servicios gravados), el responsable del régimen común se convierte en agente retenedor y debe asumir la retención del cincuenta por ciento (50%) del impuesto a las ventas, en razón a que al responsable del régimen simplificado no le está permitido adicionar valor alguno por concepto del impuesto sobre las ventas. El periodo fiscal de las retenciones será mensual.
4. Impuesto de Industria y Comercio: es un gravamen, considerado impuesto directo, de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial o de servicios que se realice en la jurisdicción del Distrito Capital de Bogotá. La declaración de este impuesto será bimestral.

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá

## 5.9 OTROS COMPROMISOS LEGALES

Cuando el comerciante vincula a sus actividades, aunque sea un solo trabajador, se debe afiliar a Seguridad Social (Salud, Pensión y ARP). Nunca olvidar que ser empleador, también tiene la obligación social de aportar a Parafiscales (Sena, ICBF y Caja de Compensación).

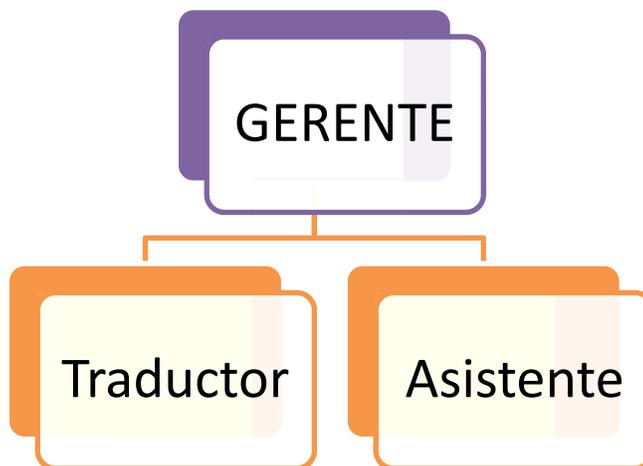
Tabla 4. Costos otros compromisos legales (Seguridad Social – Parafiscales).

SALARIO	DESCUENTO	\$ 1.000.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
SALUD	8.5%	\$ 85.000	\$ 119.000	\$ 119.000
PENSION	12%	\$ 120.000	\$ 168.000	\$ 168.000
ARP	0.522%	\$ 5.220	\$ 7.308	\$ 7.308
SENA	2%	\$ 20.000	\$ 28.000	\$ 28.000
ICBF	3%	\$ 30.000	\$ 42.000	\$ 42.000
CAJA COMPENSACION	4%	\$ 40.000	\$ 56.000	\$ 56.000
		\$ 300.220	\$ 420.308	\$ 420.308

Fuente. Los Autores.

## 5.10 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Grafica 18. Organigrama de la Empresa



Fuente: Los autores

Inicialmente la empresa requiere de tres personas de planta para sus operaciones, que son un gerente general, un traductor y una asistente.

Personal adicional como el contador y la persona de servicios generales serán tercerizadas. El contador irá a las instalaciones de la empresa dos veces por mes, y la persona de servicios generales una vez por semana.

## 5.11 POLÍTICAS DE CONTRATACIÓN

### 5.11.1 TIPOS DE CONTRATO

Los cargos de Gerente y Secretaria tendrán un contrato laboral a término indefinido con sus respectivas prestaciones legales. Mientras el Jefe Comercial tendrá un salario básico más comisiones por ventas equivalentes al 5% de las mismas. Finalmente, los traductores serán vinculados con un sueldo fijo con prestaciones legales y un bono extra legal por producción.

### 5.11.2 PROCESO DE SELECCIÓN

Los cargos de gerente y jefe comercial serán ejercidos por los creadores de la empresa,

Para el cargo de secretaria se publicara un anuncio en un diario de circulación nacional durante dos fines de semana y posteriormente se seleccionaran 10 hojas de vida para entrevista personal.

Después de esto se seleccionara a la persona indicada.

La selección se realizara por mérito, llevando a cabo un estudio detallado de la hoja de vida y un periodo de prueba para su vinculación definitiva. El proceso de reclutamiento de hojas de vida se. Citando a los aspirantes a una entrevista bilingüe.

### 5.11.3 REQUISITOS PARA EL CARGO

⇒ GERENTE →

Cargo ejecutado por una persona con una alta calificación, quién se encarga de dirigir y gestionar asuntos de una empresa para su fortalecimiento y desarrollo en el mercado, por medio de la búsqueda de nuevos negocios y estrategias corporativas. Debe conocer la empresa en profundidad, sus fortalezas y debilidades, aprovechar sus recursos, anticipar las necesidades y diseñar un plan para alcanzar las metas.

Entre sus funciones están:

- ☛ Coordinar los recursos internos.
- ☛ Definir, formular y orientar las políticas y estrategias para la empresa.
- ☛ Representar la compañía ante terceros.
- ☛ Controlar las metas y objetivos.
- ☛ Establecer un plan de medios necesarios para cumplir con los objetivos.
- ☛ Llevar acabo la concreción de los planes elaborados en el planteamiento.
- ☛ Transmitir liderazgo, motivación y actuación.
- ☛ Medir en forma cualitativa y cuantitativa, la ejecución de los planes y su éxito.
- ☛ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- ☛ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones.

## ⇒ TRADUCTOR →

Es el cargo que ocupa una persona capacitada en traducir de una lengua a otra y viceversa, debe estar capacitado para traducir de diversos idiomas documentos generales, técnicos y especializados, analizando e interpretando su contenido; a fin de suministrar la información en el idioma solicitado, manteniendo la originalidad del texto teniendo en cuenta la gramática y su contexto.

Entre sus funciones están:

- ☛ La correcta transferencia del contenido del texto de origen al texto de destino.
- ☛ La correcta elección de aspectos fundamentales como terminología, vocabulario, giros, expresiones, tecnicismos y jergas específicas de cada sector y profesión en el idioma de destino.
- ☛ El uso adecuado de gramática, ortografía, puntuación y sintaxis, así como la correcta transcripción de fechas, nombres, datos, etc. en el idioma de destino.
- ☛ La adecuación del estilo y formas del lenguaje a los fines del texto y la intención de su autor.

## ⇒ ASISTENTE →

El Asistente es el profesional de oficina que se dedica a realizar variedad de tareas administrativas y de oficina tales como: supervisar, coordinar y controlar las actividades de empleados de oficina y apoyo administrativo, establece prioridades de trabajo y coordinan actividades de adquisición de servicios administrativos como espacio, suministros y servicios de seguridad. Realiza diversas funciones de apoyo administrativo a empleados, profesionales o personal administrativo. Se desempeña como secretaria general, secretaria auxiliar contable, recepcionista, asistente administrativa, asistente de gerencia, digitadora, archivista, organizadora de eventos, servicio al cliente.

Entre sus funciones están:

- ☛ Coordinar y velar por los procesos administrativos en la oficina, revisar, evaluar e implementar nuevos procedimientos.
- ☛ Establecer prioridades de trabajo, delegar trabajo en personal de apoyo y garantizar que los plazos y trámites se cumplan.
- ☛ Mantener archivos de control de presupuesto de inventario.
- ☛ Revisar documentos y contactar aspirantes para entrevistas.
- ☛ Ayudar en la coordinación de los procesos administrativos, como presentación de presupuestos, administración de contratos y preparar programaciones de trabajo.
- ☛ Llevar control de la caja menor.
- ☛ Atiende e informa al público en general.
- ☛ Lleva y mantiene actualizado archivo de clientes.
- ☛ Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- ☛ Mantiene actualizados registros, libros contables, entre otros.

Fuente: Diseño de perfiles de cargos profesionales / Guía práctica para el análisis y clasificación de cargos profesionales / Hacia un perfil profesional del traductor en Colombia.

## 6. ASPECTOS FINANCIEROS

Tabla 5. Inversión Inicial

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			
<b>Computadores</b>	<b>3</b>	<b>\$ 1.100.000,00</b>	<b>\$ 3.300.000,00</b>
<b>Escritorios</b>	<b>3</b>	<b>\$ 150.000,00</b>	<b>\$ 450.000,00</b>
<b>Sillas para escritorio</b>	<b>3</b>	<b>\$ 100.000,00</b>	<b>\$ 300.000,00</b>
<b>Impresoras multifuncionales</b>	<b>1</b>	<b>\$ 600.000,00</b>	<b>\$ 600.000,00</b>
<b>Telefonos</b>	<b>2</b>	<b>\$ 75.000,00</b>	<b>\$ 150.000,00</b>
<b>Sillas para clientes</b>	<b>3</b>	<b>\$ 50.000,00</b>	<b>\$ 150.000,00</b>
<b>Canecas basura pequeñas</b>	<b>2</b>	<b>\$ 25.000,00</b>	<b>\$ 50.000,00</b>
<b>Software</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1.000.000,00</b>	<b>\$ 1.000.000,00</b>
<b>Efectivo</b>	<b>1</b>	<b>\$ 4.000.000,00</b>	<b>\$ 4.000.000,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.000.000,00</b>

Fuente: Los autores

La inversión inicial de Easy Translation SAS es de \$10.000.000 pesos. Estos se invertirán en los equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa tanto a nivel operativo como productivo, el mobiliario y el software requerido para la traducción. La empresa contará con una provisión de efectivo inicial de \$4.270.000 pesos, en caso de imprevistos y que permitan cubrir un mes de costos, depositados en una cuenta a su nombre en el Banco Colpatria.

Tabla 6. Costos de Personal Mensual.

<b>COSTOS DE PERSONAL MENSUAL</b>	
<b>Gerente</b>	<b>\$ 1.400.000,00</b>
<b>Traductor</b>	<b>\$ 1.400.000,00</b>
<b>Asistente</b>	<b>\$ 1.000.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.800.000,00</b>

Fuente. Los Autores

Los gastos mensuales de nómina de la empresa suman \$3.800.000 pesos por los tres empleados que son el gerente, la traductora y una asistente. Este valor incluye los salarios así como las prestaciones de ley que la empresa debe pagar.

Tabla 7. Gastos Administrativos Mensual.

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL</b>	
<b>Arriendo</b>	<b>\$ 600.000,00</b>
<b>Agua</b>	<b>\$ 50.000,00</b>
<b>Luz</b>	<b>\$ 60.000,00</b>
<b>Telefono</b>	<b>\$ 25.000,00</b>
<b>Internet</b>	<b>\$ 75.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 810.000,00</b>

Fuente. Los Autores.

Mensualmente la empresa debe pagar \$600.000 pesos por arriendo y \$210.000 por servicios.

Tabla 8. Gastos Publicidad Ventas y Mercadeo Anual.

<b>GASTOS DE PUBLICIDAD, VENTAS Y MERCADEO ANUAL</b>		
<b>Hojas membreadas</b>		<b>\$ 100.000,00</b>
<b>Tarjetas</b>		<b>\$ 30.000,00</b>
<b>Volantes</b>		<b>\$ 100.000,00</b>
<b>Directorio Telefonico</b>		<b>\$ 600.000,00</b>
<b>Homepage</b>		<b>\$ 1.000.000,00</b>
		<b>\$ 1.830.000,00</b>

Fuente: Los autores.

Los gastos anuales de publicidad, ventas y mercadeo suman \$1.830.000 pesos, los cuales son invertidos en hojas membreadas, tarjetas, volantes, directorio telefónico, y la página web.

Tabla 9. Gastos Materia Prima.

<b>GASTOS MATERIA PRIMA</b>	
<b>Caja de papel</b>	<b>\$ 82.000</b>
<b>Tinta impresora</b>	<b>\$ 300.000</b>
<b>Lapiz caja</b>	<b>\$ 5.800</b>
<b>Borrador caja</b>	<b>\$ 4.300</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 392.100</b>

Fuente: Los autores.

Los gastos anuales en materia prima para las traducciones suman \$392.100 pesos.

Tabla 10. Balance.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Efectivo	0	49.390.000	69.494.736	110.026.522	144.556.367	184.007.622
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>0</b>	<b>49.390.000</b>	<b>69.494.736</b>	<b>110.026.522</b>	<b>144.556.367</b>	<b>184.007.622</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	3.600.000	3.052.800	2.426.976	1.715.063	908.983	0
Muebles y Enseres Neto	970.000	822.560	653.935	462.114	244.921	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina Neto	760.000	644.480	512.362	362.069	191.896	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>5.330.000</b>	<b>4.519.840</b>	<b>3.593.273</b>	<b>2.539.246</b>	<b>1.345.800</b>	<b>0</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>4.670.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>53.909.840</b>	<b>73.088.009</b>	<b>112.565.768</b>	<b>145.902.168</b>	<b>184.007.622</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	16.674.288	18.699.540	27.609.728	31.070.603	34.793.946
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligación Fondo Empezar (Contingente)	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>16.674.288</b>	<b>18.699.540</b>	<b>27.609.728</b>	<b>31.070.603</b>	<b>34.793.946</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	2.663.555	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	10.654.221	23.253.122	45.305.048	70.121.179
Utilidades del Ejercicio	0	26.635.552	29.870.693	44.103.851	49.632.263	55.579.940
Revalorización patrimonio	0	600.000	1.200.000	2.599.067	4.894.254	8.512.557
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>10.000.000</b>	<b>37.235.552</b>	<b>54.388.469</b>	<b>84.956.040</b>	<b>114.831.564</b>	<b>149.213.676</b>
<b>TOTAL PAS + PAT</b>	<b>10.000.000</b>	<b>53.909.840</b>	<b>73.088.009</b>	<b>112.565.768</b>	<b>145.902.168</b>	<b>184.007.622</b>

Fuente: Los autores utilizando plantilla del SENA

El balance inicial es de 10 millones de pesos en activos y 10 millones de pesos en patrimonio. La empresa empieza sus operaciones sin pasivos.

Al finalizar el primer año, los activos de la empresa ascienden a \$52.909.840 pesos y el pasivo es de \$16.674.288 pesos, los cuales corresponden a los impuestos que la empresa debe pagar el año siguiente. La empresa tendrá al finalizar el primer año patrimonio por \$37.335.552 pesos.

Tabla 11. P&G

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	64.125.000	71.000.000	104.300.000	117.000.000	132.288.000
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	17.575.000	19.000.000	28.154.000	30.750.000	34.768.000
Depreciación	1.129.960	1.197.758	1.269.623	1.345.800	1.426.548
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>45.420.040</b>	<b>50.802.242</b>	<b>74.876.377</b>	<b>84.904.200</b>	<b>96.093.452</b>
Gasto de Ventas	1.830.000	1.903.200	1.979.328	2.058.501	2.182.011
Gastos de Administracion	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>43.590.040</b>	<b>48.899.042</b>	<b>72.897.049</b>	<b>82.845.699</b>	<b>93.911.440</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	-600.000	-600.000	-1.399.067	-2.295.187	-3.618.303
Ajuste Activos no Monetarios	319.800	338.988	359.327	380.887	403.740
Ajuste Depreciación Acumulada	0	-67.798	-143.731	-228.532	-322.992
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	-280.200	-328.810	-1.183.470	-2.142.833	-3.537.555
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>43.309.840</b>	<b>48.570.233</b>	<b>71.713.579</b>	<b>80.702.866</b>	<b>90.373.886</b>
Impuestos (35%)	16.674.288	18.699.540	27.609.728	31.070.603	34.793.946
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>26.635.552</b>	<b>29.870.693</b>	<b>44.103.851</b>	<b>49.632.263</b>	<b>55.579.940</b>

Fuente: Los autores utilizando plantilla del SENA

La empresa registra ventas por \$64.125.000 el primer año de operaciones, y una utilidad operativa de \$43.590.040 pesos y una utilidad antes de impuestos de \$43.309.840. La utilidad final es de \$26.635.552 pesos.

Tabla 12. Flujo de Caja.

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>FLUJO DE CAJA</b>					
<b>Flujo de Caja Operativo</b>					
Utilidad Operacional	43.590.040	48.899.042	72.897.049	82.845.699	93.911.440
Depreciaciones	1.129.960	1.197.758	1.269.623	1.345.800	1.426.548
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Agotamiento	0	0	0	0	0
Provisiones	0	0	0	0	0
Impuestos	0	-16.674.288	-18.699.540	-27.609.728	-31.070.603
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>	<b>44.720.000</b>	<b>33.422.512</b>	<b>55.467.132</b>	<b>56.581.771</b>	<b>64.267.386</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>					
Variación Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados	0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0
Otros Activos	0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios	0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	0	0	0	0
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	4.670.000	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	4.670.000	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>4.670.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0	0	0	0	0
Intereses Pagados	0	0	0	0	0
Dividendos Pagados	0	-13.317.776	-14.935.347	-22.051.925	-24.816.131
Capital	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>0</b>	<b>-13.317.776</b>	<b>-14.935.347</b>	<b>-22.051.925</b>	<b>-24.816.131</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>49.390.000</b>	<b>20.104.736</b>	<b>40.531.786</b>	<b>34.529.846</b>	<b>39.451.254</b>
Saldo anterior	0	49.390.000	69.494.736	110.026.522	144.556.367
Saldo siguiente	49.390.000	69.494.736	110.026.522	144.556.367	184.007.622

Fuente: Los autores utilizando plantilla del SENA

El flujo de caja al terminar el primer año de operaciones es de \$49.390.000 pesos.

Tabla 13. Criterios de Decisión.

<b>Criterios de Decisión</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	20%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	472,26%
VAN (Valor actual neto)	113.754.180

Fuente: Los autores utilizando plantilla del SENA

Como se observa en la Tabla 12, la TIR es del 472,26%, bastante atractiva para los inversionistas. Esta TIR se puede explicar desde el punto de vista de la inversión inicial que es relativamente baja, y los altos precios que se cobran por una traducción.

## 7. CONCLUSIONES FINANCIERAS

Los resultados obtenidos en el análisis financiero muestran que el negocio es atractivo en las condiciones propuestas de costos y ventas, generando utilidades netas desde el primer año.

La Tasa Interna de Retorno es de 472,26%, la cual muestra que el proyecto es bastante rentable y atractivo para los inversionistas.

La inversión inicial no es alta, los inversionistas cuentan con dicho capital y la empresa empieza operaciones sin recurrir a deuda. Los socios no requieren recurrir al endeudamiento para financiar la inversión.

## 8. CONCLUSIONES GENERALES

Easy Translation SAS es una empresa financieramente viable y las proyecciones de rentabilidad son atractivas al hacer una proyección en escenario probable a cinco años. La inversión inicial es una inversión relativamente baja que puede ser cubierta íntegramente por los inversionistas lo cual conlleva a que ni la empresa ni los inversionistas deban recurrir al endeudamiento para el financiamiento.

Easy Translation SAS se enfocará en cubrir las necesidades de traducción de los empresarios bogotanos enfocándose en la calidad y puntualidad en la entrega de las mismas, ya que la tendencia del mercado es demandar traducciones con dichas características.

La oferta de traducción actualmente es mayoritariamente de traductores independientes, sin empresas constituidas y que no siguen procesos formales de traducción. Easy Translation SAS buscara seguir procesos formales de traducción, que incluyan la revisión de las traducciones de forma que se garantice una mayor calidad de las entregas finales de los procesos de traducción.

El mayor recurso a utilizarse en la empresa para las traducciones es el conocimiento de las personas que realizan las traducciones. Las inversiones requeridas en términos de maquinaria o equipos no son altas, ya que Easy Translation SAS utiliza principalmente un recurso humano capacitado en traducción como su principal insumo para el servicio prestado. En este sentido, los conocimientos adquiridos por los emprendedores en la Universidad EAN en la carrera de Lenguas Modernas son la principal ventaja de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- ⇒ ACTI - Asociación Colombiana de Traductores e Intérpretes. Código de ética del traductor. 8 de Abril de 2000. En: <http://www.tradulex.org/Regles/eticaACTI>
- ⇒ CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Dinámica de la Inversión Empresarial en Bogotá. Constitución de Sociedades 2003-2005. Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social. Dirección de Estudios e Investigaciones. Capítulo 2, p. 14. Bogotá. Noviembre, 2006.
- ⇒ CLAVIJO, Bibiana; PANQUEVA, María; DUQUE, María y otros. Necesidad de la traducción en las empresas: procesos y perfiles. Revista EAN No. 58. Septiembre-Diciembre 2006.
- ⇒ Datos tomados del departamento administrativo de seguridad DAS, PROEXPORT y el Ministerio de Relaciones Exteriores.
- ⇒ Banco de la Republica. Dirección de Estudios e Investigaciones 2009. En: <http://www.banrep.gov.co>
- ⇒ TALLOEN, Lucien. Guía Práctica para el Análisis y Clasificación de los Cargos.
- ⇒ GUERRA, Olga. Diseño de Perfiles de Cargos Profesionales. Tesis T0134. 2011.
- ⇒ QUIROZ, Gabriel; FRANCO, Liliana. Hacia un perfil profesional del traductor en Colombia. Revista EAN N° 70. Septiembre – Diciembre de 2011.

## ANEXO 1

### ENCUESTA DE PERCEPCION DE SERVICIO DE TRADUCCION

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta sobre la percepción de servicio de traducción.

Su opinión es muy importante para nosotros por lo cual agradecemos su colaboración:

1. ¿Alguna vez ha tenido la necesidad de recurrir a servicios de traducción de textos?

Sí  No

Si su respuesta es no, ¿Creería que a futuro cercano (próximo año) podría necesitar los servicios de un traductor de textos?

Sí  No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si su respuesta fue no, por favor no siga respondiendo la encuesta y muchas gracias por su colaboración"

2. ¿En qué idioma ha necesitado o podría tener la necesidad de la traducción de algún texto?

Inglés

Francés

Portugués

Italiano

Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué tipo de documentos o información ha necesitado o mandaría a traducir?

Documentos legales

Documentos jurídicos

Documentos de mercadeo

Documentos literarios

Documentos científicos

Documentos técnicos

Manuales

Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

4. ¿Considera que tener un traductor exterior a la compañía disponible 24 horas le ayudaría en su vida laboral o empresarial?

Sí  No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. ¿Con que frecuencia traduce usted textos?

4 veces al mes

Más de 4 veces al mes

Más de 7 veces al mes

Una vez cada seis meses

Nunca

6. ¿Cree usted que es importante que los traductores sean nativos?

Sí  No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7. ¿Cuáles son las características importantes que debe tener un traductor de textos? Siendo 1 la más importante y 6 la menos importante, enumere cada una según su criterio en importancia.

Responsabilidad

Experiencia

Corrección de Estilo

Puntualidad

Ser fiel al original

Costo

Otros ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. Si los ha utilizado, ¿Qué tan satisfecho se siente con los servicios de traducción que le han prestado?

Totalmente satisfecho

Muy satisfecho

Satisfecho

Insatisfecho

Nada satisfecho

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. ¿Dónde busca información cuando elige un traductor o necesita hacer una traducción?

Página Web

Directorio Telefónico

Referencias Comercial

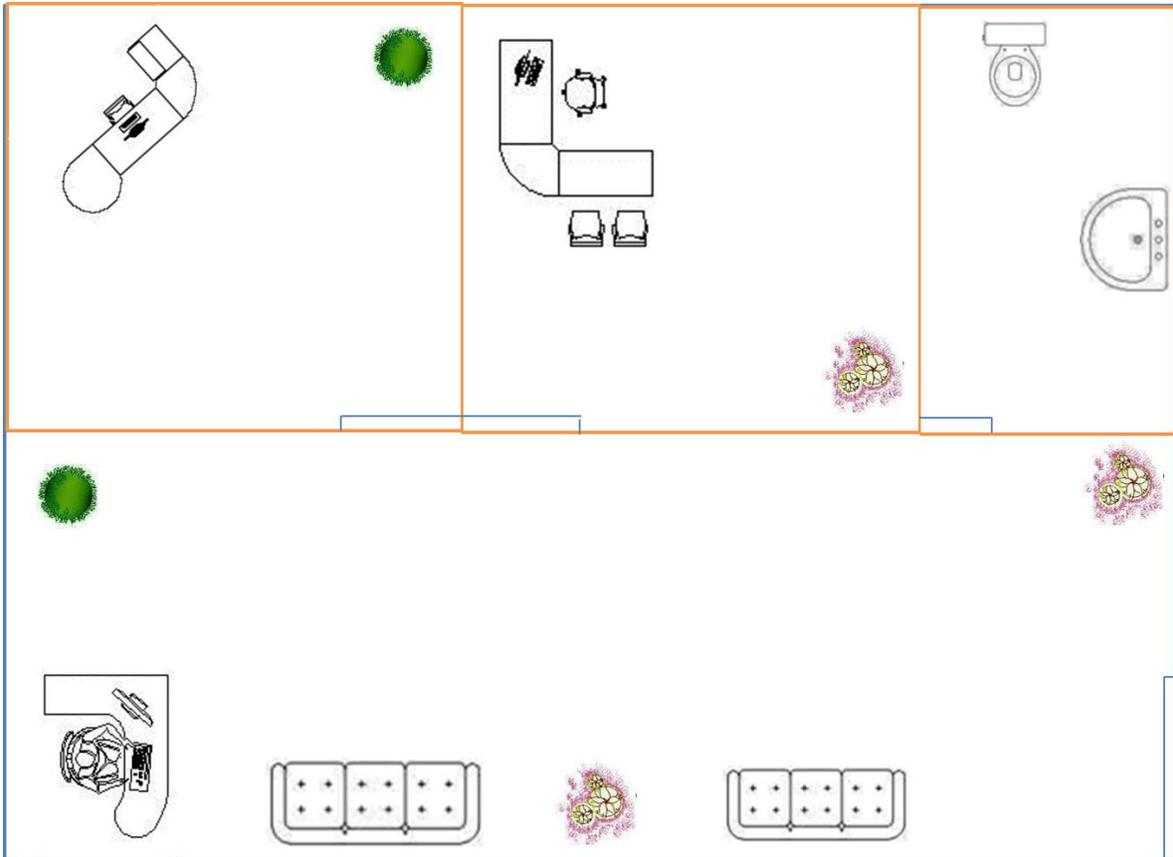
Recomendación

Amigo, familiar.

Muchas gracias por su tiempo y disponibilidad.

ANEXO 2

PLANO



## CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

1. La unidad de base para el cálculo de las tarifas es la palabra en la lengua de origen (una página tiene aproximadamente 200 palabras), salvo que se acuerde lo contrario específicamente y por escrito.
2. Cualquier solicitud de traducción debe ir acompañada de una orden en la que se incluirá el precio acordado por las partes. Dicha orden debe enviarse por correo tradicional, electrónico o por fax, tratándose de un paso sin el cual nos reservamos el derecho de no iniciar el trabajo.
3. Los textos técnicos irán acompañados de documentos de referencia facilitados por el cliente y/o de dibujos o planos que permitan una mejor comprensión de los mismos. El traductor recibirá el original en forma legible, incluyendo las tablas, los dibujos y los gráficos que lo acompañan, así como cualquier documentación adicional disponible sobre el tema.
4. Los costos de entrega y retiro corren por cuenta del cliente.
5. Los plazos de entrega son obligatorios cuando están previstos expresamente y se refieren exclusivamente al material entregado en el momento de aceptación del trabajo.
6. Los traductores tienen la obligación de dar un trato confidencial a toda la información que reciben del cliente y serán responsables del material mientras permanezca en su poder.
7. Salvo en los casos en que las partes acuerden otra forma de pago, esta se hará dentro de los treinta (30) días después de presentar la factura o cuenta de cobro al cliente. Para trabajos de cierta extensión o dedicación exclusiva, se podrá solicitar un anticipo. Pasados treinta días de la entrega, no se aceptarán reclamaciones.
8. En caso de que no pueda realizar el trabajo por razones justificadas de fuerza mayor, el traductor podrá someter un reemplazo a la consideración del cliente.
9. Para trabajos encomendados y posteriormente revocados, la parte ya traducida se pondrá a disposición del cliente y el valor correspondiente será pagado al traductor. Adicionalmente, el cliente pagará también una indemnización equivalente al 10% del monto total pactado.
10. Para toda negociación se tendrá como referente el "Código de Comercio" y mediarán documentos tales como la orden de trabajo y la factura de compra venta.

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo LOISO FERNANDA ROJAS TORRES

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 52515792

Nombre Completo Leonardo Arico Forero

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 80.420.448

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Plan de Negocio para creación de Empresa de Traducciones Easy Translation SAS.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: LISA FGA ROSA M  
FIRMA: Lisa FGA ROSA M  
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 52 515 392  
FACULTAD: Humanidades y Ciencias Sociales  
PROGRAMA ACADÉMICO: Lenguas Modernas

NOMBRE COMPLETO: Leonardo Arias F.  
FIRMA: Leonardo Arias F.  
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 80 470 448  
FACULTAD: Humanidades y Ciencias Sociales.  
PROGRAMA ACADÉMICO: Lenguas Modernas

NOMBRE COMPLETO: \_\_\_\_\_  
FIRMA: \_\_\_\_\_  
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: \_\_\_\_\_  
FACULTAD: \_\_\_\_\_  
PROGRAMA ACADÉMICO: \_\_\_\_\_

NOMBRE COMPLETO: \_\_\_\_\_  
FIRMA: \_\_\_\_\_  
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: \_\_\_\_\_  
FACULTAD: \_\_\_\_\_  
PROGRAMA ACADÉMICO: \_\_\_\_\_

Fecha de firma: Febrero 24 de 2012.