

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Administración de Empresas

Plan de Negocios de la Empresa Goansa S.A

Verónica A. Vásquez Castro

Tesis de Grado presentada como requisito para la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas

Quito, Mayo del 2012

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Administración de Empresas

HOJA DE APROBACION DE TESIS

Plan de Negocios de la Empresa Goansa S.A

Verónica A. Vásquez Castro

Sara Caria, MSG
Director de Tesis y
Miembro del Comité de Tesis

Magdalena Barreiro, PHD
Decana del Colegio de
Administración

Quito, Mayo del 2012

© Derecho de Autor

Verónica A. Vásquez Castro

Mayo 2012

RESUMEN

El plan de negocio que se presenta a continuación, abarca la propuesta para ampliar los servicios de traducción de la Empresa GOANSA S.A en el distrito metropolitano de Quito. Los servicios propuestos fueron enfocados para aquellos estudiantes de universidades y colegios de la ciudad de Quito que están interesados en viajar al exterior por motivos de estudios; además para aquellos profesionales que han adquirido sus títulos universitarios en el extranjero y necesitan realizar traducción de documentos en los idiomas Inglés-Español- Inglés. Durante el estudio se analizaron los antecedentes, entornos social y económico para poder desarrollar este tipo de servicio que actualmente ha aumentado debido a algunas políticas para fomentar la educación de calidad que el gobierno ha empleado, entre las cuales se encuentran las fuentes accesibles de financiamiento y becas para estudiantes. Durante el estudio de mercado, el cual fue realizado a través de encuestas, muestreo y datos históricos de la empresa, se ha determinado que existe una demanda insatisfecha, también se pudo conocer más a fondo que es lo que valoran nuestros clientes actuales y potenciales, y además qué estrategias se emplearán para contrarrestar y superar a la competencia. El plan operativo permitió estructurar debidamente los objetivos en función a la demanda estimada y la capacidad de servicio, además se definió cual sería la calidad y características de nuestro servicio. Por otra parte se estructuró un plan de reclutamiento y selección de traductores en base a las competencias necesarias para realizar un servicio de traducción óptimo. Por último, con la ayuda de herramientas financieras como son: proyección de ventas, flujos de efectivo, VAN y TIR se lo consideró como un proyecto viable.

ABSTRACT

The proceeding business plan covers the proposal to expand the translation services of the Company GOANSA S. A., in the city of Quito. The services offered were focus on College or High school students in the city of Quito, which are interested to study abroad; also, we aimed our efforts to those professionals who have acquired their university degrees abroad and are now returning to Quito. During the study it was analyzed the background, social and economic environments in order to expand this type of service, since some current policies to promote quality education had being implemented by the Ecuadorian Government. These government's grants and scholarships are available to all students wishing to acquire an undergraduate or graduate degree. We identify our target market through surveys, sampling and historical data of the company, these helped us to determine that there was an unsatisfied demand, also it gave us an insight to know more about our current and potential customers, and in addition we were able to create strategies to counteract our competitors and potential future entries into this industry. The operational plan allowed us to structured our objectives in function to our estimated demand and our ability to supply our services, we defined our quality and service characteristics. In addition we structured a recruitment and selection plan for our translator job position, which was based on the skills and responsibilities need it to perform our translation service at an optimal level. Finally we used some financial tools such as: sales forecast, cash flows, NPV and IRR that allow us to predict that this project was viable.

Tabla de Contenidos

1	Formulación de la Idea de Negocio	3
1.1	Concepto de la Empresa.....	3
1.2	Origen de la Idea	4
1.3	Modelo de Negocio	5
2	Análisis del Entorno.....	6
2.1	Factores Económicos.....	6
2.2	Factores Socioeconómicos	14
2.3	Factores Legales y Políticos:	16
3	Análisis de la Industria de Traducciones	16
3.1	Caracterización de los clientes potenciales.....	16
3.2	Perfil de nuestro cliente potencial	17
3.3	Identificación de Competidores	17
3.4	Proveedores y Capital Humano:.....	18
3.5	Análisis de las Fuerzas de Porter	19
4	Plan Estratégico	20
4.1	Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)	20
4.2	Matriz de Evaluación de Factores Internos	23
4.3	Matriz de Evaluación de Factores Externos	24
4.4	Misión.....	27
4.5	Visión	27
4.6	Objetivos estratégicos	27
4.7	Estrategia de la Empresa e Identificación de la ventaja competitiva.....	28
5	Plan de Marketing	29
5.1	Ubicación Geográfica:	29
5.2	Demográficas:.....	29
5.3	Psicográficas:	29
5.4	Objetivos de Marketing.....	30
5.5	Metodología de Investigación de Campo.....	31
5.6	Procesamiento de Datos:	32
5.7	La Mezcla de Marketing	42
5.8	Producto o Servicio	42

5.9	Logotipo.....	43
5.10	Eslogan	43
5.11	Precio.....	44
5.12	Promoción	45
5.13	Plaza.....	46
5.14	Posicionamiento y Estrategia de promoción.....	46
6	Plan de Operaciones.....	48
6.1	Objetivos de Operaciones	48
6.2	Calidad del Producto	49
6.3	Características que debe tener el servicio de traducciones (producto final):	50
6.4	Actividades previas al inicio de la realización de traducciones.....	50
6.5	Especificaciones Técnicas.....	51
6.6	Marca e Identificación.....	52
6.7	Proceso de Atención al Cliente y Servicio de Traducción.....	53
7	Estructura y Plan de Recursos Humanos.....	54
7.1	Organigrama Estructural	55
7.2	Funciones del personal (traductores)	61
7.3	Competencias.....	62
7.4	Estrategia de Reclutamiento y Selección	63
7.5	Organigrama Funcional	64
7.6	Inducción.....	65
7.7	Presentación al personal.....	65
7.8	Capacitación	66
7.9	Evaluación	66
8	Plan Financiero	67
8.1	Estructura de Costos	67
8.2	Proyección de Ventas	69
8.3	Flujo de Caja, VAN y TIR	73
9	Conclusiones.....	75
10	Recomendaciones	76
11	Bibliografía.....	77

1 Formulación de la Idea de Negocio

1.1 Concepto de la Empresa

La compañía GOANSA S.A fue constituida en el año 2003 por su actual presidente José Sánchez con el fin de ejercer actividades de comercio exterior. La compañía tiene entre sus principales accionistas al Ing. Gonzalo Sánchez actual representante de la Empresa y al Dr. Andrés Sánchez representante en el exterior con un capital social dividido de la siguiente manera:

Accionistas Principales	Capital Suscrito	% de Participación
José Gonzalo Sánchez Egas	\$1600	80%
Gonzalo Sánchez Salazar	\$200	20%
Andrés Sánchez Salazar	\$200	20%

La motivación para la creación de la empresa nace a través de la idea de su actual Presidente el cual con una visión al futuro decide formar una empresa de servicios, teniendo en cuenta que sus hijos se encontraban cursando los primeros años de su vida universitaria y muy pronto obtendrían las habilidades necesarias para manejar una empresa. Sin embargo, dado que estos deciden emigrar a los Estados Unidos la compañía deja de realizar sus actividades comerciales y entra en una etapa de inactividad por varios años.

En el año 2009 su representante legal el Ing. Gonzalo Sánchez regresa a su país natal con el afán de retomar las actividades de la empresa, la cual por varios años se encontraba inactiva. Gonzalo tenía varias ideas de negocios pero sentía que le faltaba adquirir mayor experiencia en el mundo empresarial. Es así, que decide continuar sus estudios universitarios y adquirir mayor experiencia en el nuevo entorno en el cual pensaba emprender su proyecto.

1.2 Origen de la Idea

Durante sus estudios de Maestría en Finanzas, para sustentar su hogar, Gonzalo decide realizar algunos trabajos de traducción y ayudar a aquellas personas que necesitan asesoramiento con el idioma Inglés en diferentes áreas de especialidad, su perfecto conocimiento de ambos idiomas el Inglés y el Español le da una herramienta para iniciar sus actividades individualmente, es así que con un poco de publicidad gratis en el internet empieza a sondear este mercado y recibe diferente tipo de llamadas de estudiantes que desean ir a estudiar al exterior y necesitaban certificar sus documentos para ser admitidos en universidades del habla inglesa y también empresas interesadas en traducir documentos técnicos. Es así que nace la idea y oportunidad de poner en marcha un estudio más profundo de este mercado insatisfecho para saber si es rentable o no invertir en esta nueva idea.

La idea de este negocio nace a raíz de un análisis de su Gerente General, quien cuenta entre sus fortalezas es el conocimiento de otro idioma. Aunque la empresa fue formada para ejercer una actividad comercial, su principal propietario ve en estos mercados (estudiantes universitarios y empresas) oportunidades para generar un rendimiento

positivo para su empresa. La empresa toma su nombre comercial Magic Word Translations, actualmente se dedica a realizar traducciones de todo tipo de documentos, entre ellos textos, folletos, páginas web, documentos legales, escrituras, contratos y certificados.

Se desea enfocar y especializarse en un nuevo nicho de mercado, el cual se encuentra creciendo y está desatendido.

1.3 Modelo de Negocio

El modelo de este negocio es captar aquellos estudiantes universitarios y empresas nacionales o internacionales que por desconocimiento de un idioma y por un requerimiento legal desean contratar los servicios de esta empresa para satisfacer sus necesidades. A continuación elaboraremos un cuadro del perfil de los clientes potenciales y servicios que Magic Word Translations ofrecerá para satisfacer sus necesidades y crear valor a la empresa. Cabe recalcar que a través del análisis de sondeo y publicidad por internet estos fueron los principales clientes que se contactaron para requerir nuestros servicios.

Perfil del Cliente	Servicios Requeridos	Frecuencia
Estudiantes Internacionales	Traducción Certificada y Notariada para validar sus títulos y records académicos	1 a 3 traducciones mensuales
Estudiantes Nacionales	Traducción Certificada para enviarla a una Universidad del Exterior	1 a 3 traducciones mensuales

2 Análisis del Entorno

2.1 Factores Económicos

- **Inflación:** La inflación es un indicador macroeconómico relevante para el microempresario que permite analizar el crecimiento sostenido de todos los precios de los bienes y servicios de una economía en un tiempo determinado. Entre más alta sea la inflación menor será el poder adquisitivo de la moneda y entre los efectos negativos existiría un menor ahorro y la inversión será escasa debido a la incertidumbre sobre el valor futuro del dinero. La inflación se la calcula mensualmente, y tal como nos indica el Cuadro 1 la inflación ecuatoriana registra un aumento del 0,57% en el mes de Enero del 2012 hasta alcanzar un 0,90% en el mes de Marzo del 2012. Como se expresa en la Gráfica 1 la menor tasa de inflación alcanza un 0,04% en el mes de Abril 2011 y de ahí en adelante tiene una tendencia de seguir aumentando, esto se debe principalmente por el incremento en alimentos y bebidas no alcohólicas, transportes y prendas de vestir. Además de estos factores que inciden en la inflación podemos agregar los fenómenos climáticos, altos costos de insumos y maquinarias y crecimiento del gasto fiscal. La inflación puede afectar a las pequeñas empresas, debido a que los insumos y maquinarias pueden subir el precio final del servicio de traducción y también los gastos por salarios de empleados o traductores no alcanzarían para cubrir sus necesidades básicas, viéndose la empresa tentada a contratar traductores con bajos salarios y por ende sin el nivel de conocimientos adecuados para ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes. Por estas

razones es importante considerar este factor económico para tener un rumbo apropiado de la empresa.

Cuadro 1: INFLACION AL CONSUMIDOR

INFLACION MENSUAL

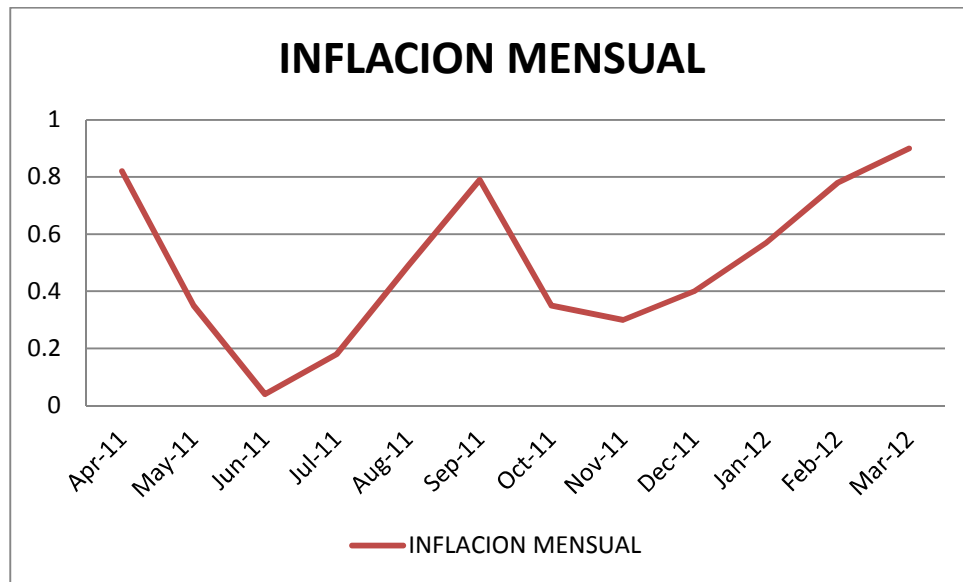
Fecha

Apr-11	0.82 %
May-11	0.35
Jun-11	0.04
Jul-11	0.18
Aug-11	0.49
Sep-11	0.79
Oct-11	0.35
Nov-11	0.3
Dec-11	0.4
Jan-12	0.57
Feb-12	0.78
Mar-12	0.9

Elaborado por: Verónica Vásquez

Fuente: INEC-Ecuador

Gráfico 1: Inflación Mensual del Ecuador



Elaborado por: Verónica Vásconez

Fuente: INEC-Ecuador

- Tasa de Interés:** Este indicador nos permite saber cuál es el costo que tenemos que pagar o cobrar como empresa por tomar dinero prestado/cedido en un préstamo en particular. En el Cuadro 3 podemos observar los diferentes tipos de tasas de interés reguladas por el Banco Central hasta el Mes de Abril del 2012. En caso de necesitar un financiamiento para realizar una inversión, la empresa tendría que buscar un microcrédito¹. El literal 12 de la regulación No.153 del Directorio del Banco Central del Ecuador establece las normativas de aplicación de la Tasa Activa Efectiva Referencial y Tasa Máximas para el segmento en la cual la empresa es asignada según sus ingresos por ventas

¹ Microcrédito.- Es todo crédito no superior a USD 20.000 concedido a un prestatario, sea una empresa constituida como persona natural o jurídica con un nivel de ventas inferior a USD 100.000, un trabajador por cuenta propia, o un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero.

anuales. Una vez realizada la respectiva investigación si la empresa deseara un financiamiento de una institución bancaria ésta se encuentra en el segmento de Microcrédito Acumulación Simple² o Microcrédito de Acumulación Ampliada³. Las TAE (tasas de interés efectivas) vigentes para dichos segmentos son de 25.20% y 22.44% con tasas máximas de %27.50 y 25.50% respectivamente. Es importante conocer estos porcentajes ya que un futuro la empresa podrá necesitar un financiamiento y los directivos tendrán que decidir si es factible una inversión con dichas tasas o buscar otras fuentes de financiamiento que ofrezcan tasas de interés más acorde con sus objetivos.

² *Microcrédito de acumulación simple.- son aquellas operaciones de crédito, cuyo monto por operación y saldo adeudado en micro créditos a la institución financiera sea superior a USD 600 hasta USD 8.500, otorgadas a microempresarios que registran un nivel de ventas o ingresos anuales inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, o aún grupo de prestatarios con garantía solidaria. Cuando el saldo adeudado en micro créditos supere los USD 600 pero no supere los USD 8.500 aunque el monto de la operación sea menor o igual a USD 600, la operación pertenecerá al segmento de microcrédito de acumulación simple.*

³ *Microcrédito de acumulación ampliada.- son aquellas operaciones de crédito superiores a USD 8.500 otorgadas a microempresarios y que registran un nivel de ventas anuales inferior a USD 100.000, a trabajadores por cuenta propia, a asalariados en situación de exclusión, o un grupo de prestatarios con garantía solidaria. Cuando el saldo adeudado en micro créditos con la institución financiera supere los USD 8.500 indiferentemente del monto, la operación pertenecerá al segmento de microcrédito de acumulación ampliada.”*

Cuadro 2: Tasas de Interés Abril 2012

Tasas de Interés			
ABRIL 2012 (*)			
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

Fuente: Banco Central del Ecuador

- Desempleo:** El desempleo mide la población económicamente activa de 15 a 65 años que está en la desocupación y que no son estudiantes ni amas de casa. Si el desempleo va en aumento este es un síntoma de recesión en un país y lo más grave es si el crecimiento es negativo podemos llegar a tener una depresión. En el Ecuador el desempleo del 2011 culminó con un 5.06% y el Subempleo se ubicó en 44.22%. El porcentaje de desempleo ha disminuido en el último trimestre 1.3 puntos al igual que el subempleo arrojó una disminución de 2.52 puntos.

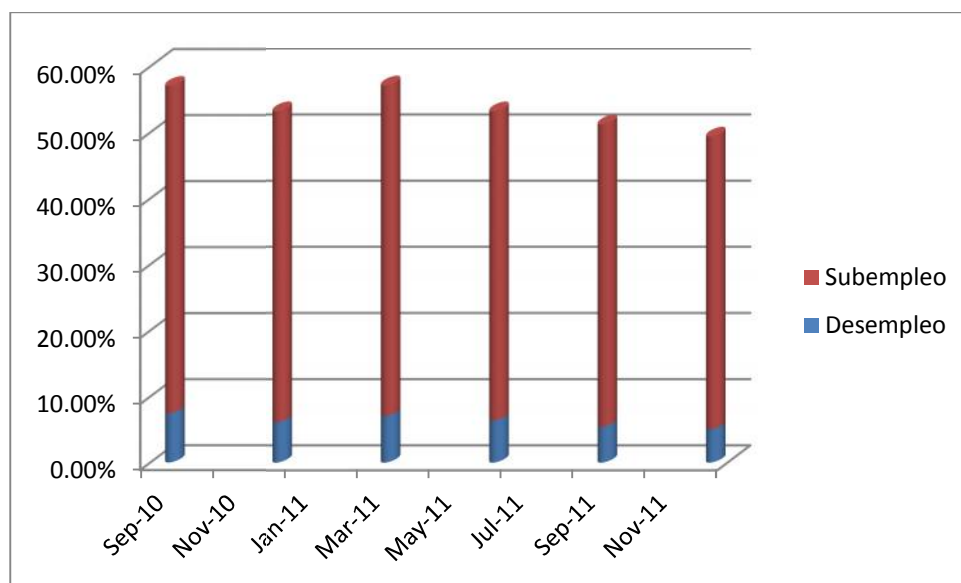
Cuadro 3: Desempleo y Subempleo Ecuador

Fecha	Desempleo	Subempleo
Sep-10	7.44%	49.60%
Dec-10	6.11%	47.00%
Mar-11	7.04%	49.97%
Jun-11	6.36%	46.74%
Sep-11	5.42%	45.71%
Dec-11	5.06%	44.22%

Elaborado por: Verónica Vásquez

Fuente: INEC-Ecuador

Gráfico 3: Nivel de Desempleo y Subempleo



Elaborado por: Verónica Vásconez

Fuente: INEC-Ecuador

- Producto Interno Bruto:** Es una medida agregada que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período (normalmente, un año⁴). Este es el indicador que demuestra el nivel de vida de su gente, entre más alto sea mejor es la calidad de vida de un país. El PIB total igualmente ha venido aumentando llegando el Ecuador a cerrar con PIB total de \$26,928.19 millones de dólares, de igual manera el Indicador que nos interesa como empresa de servicios también ha venido aumentando en los últimos 7 años.

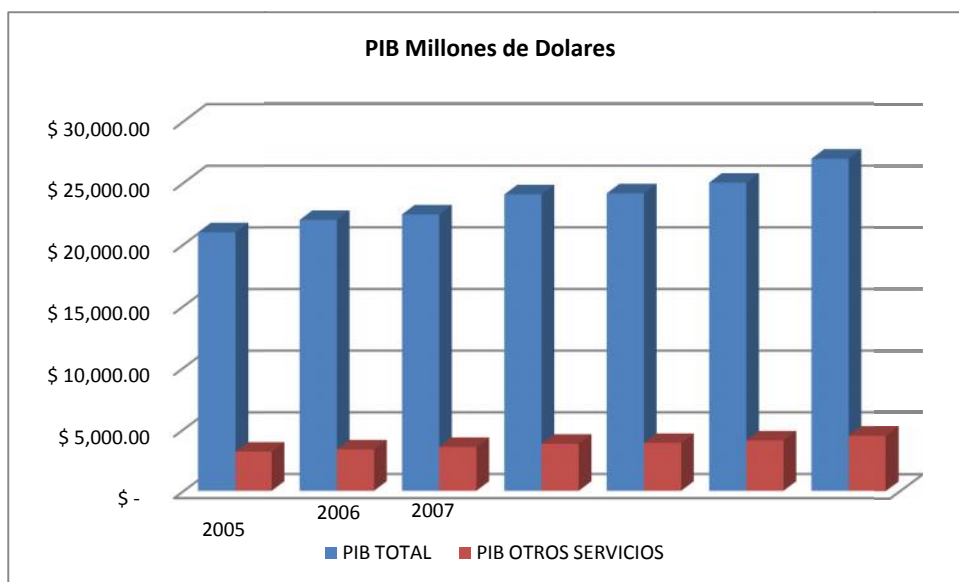
⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto

Cuadro 4: Producto Interno Bruto Millones de dólares

Fecha	PIB TOTAL	PIB OTROS SERVICIOS
2005	\$ 20,965.93	\$ 3,172.02
2006	\$ 21,962.13	\$ 3,354.83
2007	\$ 22,409.65	\$ 3,555.41
2008	\$ 24,032.49	\$ 3,808.93
2009	\$ 24,119.46	\$ 3,873.95
2010	\$ 24,983.32	\$ 4,082.69
2011	\$ 26,928.19	\$ 4,463.47

Elaborado por: Verónica Vásconez

Fuente: INEC-Ecuador

Gráfica 4: PIB Total – Otros Servicios

Elaborado por: Verónica Vásconez

Fuente: INEC-Ecuador

2.2 Factores Socioeconómicos

El mercado objetivo de Magic Word Translations son las personas que desean estudiar en el extranjero y viceversa, que necesitan realizar traducciones de documentos en los idiomas Inglés-Español-Inglés. El INEC nos proporciona un indicador de entradas y salidas de ecuatorianos según tipo de actividad. Entre los datos analizados podemos observar en la Gráfica 5 que de un total de población (salidas) los estudiantes que salen al exterior ocupan un 19.1% de la población inactiva, en la Gráfica 6 podemos observar que el Grupo de edad que mas sale al país se encuentra entre los 30 -39 años de edad con 23.1% y 20-29 años de edad en un 19.1%. Estos resultados nos revelan una información muy valiosa, ya que nuestro nicho de mercado son estudiantes universitarios que desean salir a emprender sus estudios universitarios o maestría en un país de habla Inglesa y aquellos que han obtenido un título de estudios en otro país y que necesiten validarlo en el Ecuador. El principa; motivo por lo que los ecuatorianos viajan al exterior es por turismo con 44% sin importar su sexo, el total de estudiantes que salen al exterior se sitúa en tan solo un 0.5% en el año 2010. Cabe recalcar que aunque no contamos con cifras alentadoras en dicho año, los incentivos del Gobierno para otorgar becas y préstamos de estudios a través del Senecyt en los últimos años (2011 y 2012) han incentivado para que los estudiantes opten por estudiar en países del extranjero. Según el INEC el país a donde deciden viajar la mayor parte de los ecuatorianos para realizar o continuar sus estudios es Estados Unidos, y con un porcentaje menor se encuentra el Reino Unido.

Gráfica 5

**ENTRADAS Y SALIDAS DE ECUATORIANOS, SEGÚN TIPO DE ACTIVIDAD
AÑO 2010**

CAT.	TIPO DE ACTIVIDAD	ECUATORIANOS			
		ENTRADAS	%	SALIDAS	%
	TOTAL DE POBLACIÓN	893 408	100,0	898 885	100,0
	PEA, POR GRUPOS DE OCUPACIÓN	547 077	61,2	537 053	59,7
1	- Miembros del Poder Ejecutivo y de los Cuerpos Legislativos y Personal Directivo de la Administración Pública y de Empresas.	27 059	3,0	26 720	3,0
2	- Profesionales Científicos e Intelectuales	145 643	16,3	143 062	15,9
3	- Técnicos y Profesionales de Nivel Medio	17 681	2,0	17 189	1,9
4	- Empleados de Oficina	155 332	17,4	144 400	16,1
5	- Trabajadores de los Servicios y Vendedores de Comercio y Mercados.	59 051	6,6	58 940	6,6
6	- Agricultores y Trabajadores Calificados Agropecuarios y Pesqueros.	7 193	0,8	7 168	0,8
7	- Oficiales, Operarios y Artesanos de Artes, Mecánicas y de Otros Oficios.	17 697	2,0	17 029	1,9
8	- Operadores de Instalaciones y Máquinas Montadoras	14 027	1,6	14 090	1,6
9	- Trabajadores No Calificados	98 090	11,0	103 298	11,5
10	- Fuerzas Armadas	5 304	0,6	5 157	0,6
	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA	277 479	31,1	276 541	30,8
11	- Jubilados Y Pensionistas	27 404	3,1	26 397	2,9
12	- El Hogar	57 770	6,5	57 077	6,3
13	- Estudiantes	169 703	19,0	171 567	19,1
14	- Menores de Edad	22 602	2,5	21 500	2,4
15	- Sin Especificar	68 852	7,7	85 291	9,5

Fuente: INEC-Ecuador

Gráfica 6

**ENTRADAS Y SALIDAS DE ECUATORIANOS, POR GRUPOS DE EDAD
AÑO 2010**

GRUPOS DE EDAD	ECUATORIANOS			
	ENTRADA		SALIDA	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Menores de 10 años	41 160	4,6	40 119	4,5
10 a 19 AÑOS	79 185	8,9	83 030	9,2
20 a 29 AÑOS	162 822	18,2	167 994	18,7
30 a 39 AÑOS	214 834	24,0	212 195	23,6
40 a 49 AÑOS	174 421	19,5	173 568	19,3
50 a 59 AÑOS	120 220	13,5	120 485	13,4
60 a 69 AÑOS	65 092	7,3	65 423	7,3
70 años y más	35 674	4,0	36 071	4,0
TOTAL	893 408	100,0	898 885	100,0

Gráfica 7

SALIDA DE ECUATORIANOS, POR SEXO, SEGÚN MOTIVO DE VIAJE
AÑO 2010

MOTIVO DE VIAJE	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TURISMO	474 753	52,8	243 717	52,7	231 036	52,9
NEGOCIOS	5 272	0,6	4 372	0,9	900	0,2
EVENTOS	15 836	1,8	10 397	2,2	5 439	1,2
ESTUDIOS	4 625	0,5	2 550	0,6	2 075	0,5
OTROS MOTIVOS	398 399	44,3	201 407	43,6	196 992	45,1
TOTAL	898 885	100,0	462 443	100,0	436 442	100,0

2.3 Factores Legales y Políticos:

En los últimos años el gobierno actual del Ecuador ha destinado un porcentaje del presupuesto para la educación. Existe la entidad estatal llamada Senecyt, la cual provee becas y préstamos a los estudiantes para realizar estudios en prestigiosas universidades del mundo, esta es una ayuda positiva tanto para los estudiantes como para nuestra empresa, ya que nuestro mercado objetivo se encuentra realizando trámites en esta entidad y entre esos trámites se requieren la traducción de documentos. Para poder aplicar para el ingreso en una universidad extranjera (de habla inglesa) se solicita a los futuros estudiantes presentar sus títulos, record académicos y documentos personales traducidos en el idioma Inglés. Aquí tenemos una oportunidad para identificar a estos clientes y ofrecerles nuestro servicio.

3 Análisis de la Industria de Traducciones

3.1 Caracterización de los clientes potenciales

Como se mencionó anteriormente la idea del negocio nace a través de un sondeo de

mercado que fue realizado por parte de nuestro grupo empresarial. Este sondeo arrojó algunas llamadas por parte de clientes potenciales solicitando servicios de traducción y certificación de documentos académicos y personales. Todo esto con el fin de ser aceptados en una universidad extranjera u homolar sus títulos internacionales en el Ecuador a través del Senecyt.

3.2 Perfil de nuestro cliente potencial

Estudiantes o profesionales entre las edades de 20 a 39 años, su necesidad es traducir, certificar y validar sus títulos obtenidos con el fin de estudiar en el exterior u homolar sus títulos en el Ecuador. El nivel socioeconómico al cual este segmento pertenece es Alto con ingresos superiores a los normales. Estos clientes se en su mayoría se encuentran estudiando en colegios o universidades de alto prestigio en la ciudad de Quito y ahora con la ayuda gubernamental la mayoría de estudiantes con títulos de bachiller o universitarios tienen acceso a poder ir a estudiar al extranjero. Es motivante saber que dado a las facilidades que está otorgando el gobierno, muchos estudiantes optarán por ir a estudiar en el exterior.

3.3 Identificación de Competidores

Después de realizar una investigación de mercado sobre nuestra competencia pudimos encontrar que en la ciudad de Quito existen algunas personas naturales que se dedican a prestar este servicio, al igual que institutos de idiomas y universidades. A parte de ofrecer servicios de traducción, estas también ofrecen traducciones escritas técnicas y simultáneas. La mayoría de estas personas o empresas utilizan el internet como medio

de anunciar sus negocios, y algunas empresas que tienen una infraestructura grande les permite ofrecer de forma secundaria este servicio ya que se dedican exclusivamente a la enseñanza de idiomas. Debido a que este tipo de negocio es intelectual y no requiere mayor inversión de capital, existen muchos traductores informales que prestan este servicio, y a veces lo hacen con muy poca calidad ya que utilizan equipos de traducción pocos efectivos. Ya que los clientes necesitan la traducción de sus documentos como un requisito para realizar sus trámites es necesario prestar un servicio rápido y de calidad.

Entre los principales competidores se encuentran las siguientes empresas de traducciones: Top Notch Traducciones, Traducciones Harrington, ABC Traducciones, Ochoa-Rizzoli Traductores, PROEI Traducciones, Bridge Traducciones, Grupo Cambridge, Alvear & Alvear, Globalpro Communications, Inlingua.

3.4 Proveedores y Capital Humano:

Una vez que la empresa tenga una mayor demanda de los servicios de traducción es muy importante contar con un grupo de traductores profesionales que permita ofrecer un servicio de calidad y en el menor tiempo posible. Un eficaz proceso de selección nos ayudará a mantener un grupo de traductores que se adapten a la filosofía de la empresa. Sin embargo, se deberá negociar con el personal de traducciones sobre el costo de sus servicios para no encarecer el producto final (las traducciones) y ofrecer una remuneración justa y atractiva con el fin de mantener motivado al personal.

3.5 Análisis de las Fuerzas de Porter

Entre la principal barrera de ingreso se puede mencionar la falta de personal calificado, el poder contar un con un personal que no solo conozca el idioma a traducir, sino que tenga las habilidades técnicas necesarias para ofrecer un servicio de muy alta calidad. Muchas personas conocen el idioma Inglés, pero el tener una empresa y ofrecer un excelente servicio nos dará mayor credibilidad ante nuestros potenciales clientes.

Tener una infraestructura adecuada para que los traductores puedan realizar su trabajo de una manera cómoda y con un buen ambiente es fundamental, ya que nos diferenciaría de la competencia informal. Como se mencionó anteriormente cualquier persona natural con conocimiento en el idioma podría ofrecer este servicio pero una empresa que posea la infraestructura adecuada, en el lugar preciso y con el capital humano adecuado será la clave para crecer y diferenciarse de la competencia.

Los canales de distribución son menores en esta industria ya que el uso del internet y la buena ubicación de la oficina nos puede ayudar a menorar estos costos y a ser más atractivos para nuestros clientes.

Es muy importante poder formar un grupo de traductores capacitados, tomando en cuenta que actualmente solo se cuenta con un traductor certificado que realiza los trabajos que son encomendados a la empresa y además que el pago a estos nuevos miembros del grupo de trabajo no incrementen demasiado nuestro precio final para mantenernos competitivos. Tendremos que realizar una minuciosa selección de personal, y tener un poder de negociación con los nuevos miembros del equipo de traductores para que nuestro servicio este acorde con el precio que cobra nuestra competencia.

Entre las principales empresas que ofrecen servicios de traducción se encuentran los institutos de idiomas y las facultades de lenguas, el servicio establecido en este plan de negocio al momento se encuentra insatisfecho, debido a existen muy pocas empresas que tienen traductores certificados para realizar esta actividad.

4 Plan Estratégico

4.1 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Factores Internos.- Mediante el análisis de los factores internos se podrá evaluar y determinar cuáles son nuestras ventajas frente a los demás y que es lo que nos impide el cumplimiento de nuestros objetivos.

Fortalezas

1. Conocimiento fluido del idioma inglés y español en áreas técnicas y legales.
2. Recurso humano familiar, confiable y con objetivos similares.
3. Activos fijos propios, por lo cual los gastos a incurrir serán menores y el financiamiento con otras entidades será mínimo.
4. No existen deudas pendientes a largo plazo.
5. Cultura organizacional y un alto compromiso con los clientes.
6. Entrega de productos finales con puntualidad y de calidad.

Debilidades

1. Poca investigación de mercado.
2. No se ha definido adecuadamente un plan promocional.
3. Baja participación en el mercado.
4. No se cuenta con el capital humano suficiente para ampliar los servicios.
5. Conocimiento nulo de otros idiomas de gran demanda, tales como el francés, alemán, mandarín y portugués.
6. Marca no patentada y con un posicionamiento débil.
7. La calidad del servicio puede ser baja en áreas sin conocimiento técnico tales como el sector petrolero y minero.

Factores Externos.- Mediante el análisis de los factores externos se podrá evaluar las influencias negativas y positivas relacionadas con los aspectos económicos, sociales, políticos, tecnológicos, demográficos, mercado, competidores; etc., que afectan al entorno de la organización.

Oportunidades

1. El constante crecimiento global de las empresas que requerirán un servicio de traducción e interpretación de varios idiomas de forma de que se transmita sus ideas, documentos y productos de manera precisa y eficaz.
2. Alto potencial de empresas locales e internacionales en busca de servicios de traducción.

3. Alto potencial de estudiantes que emigran hacia otros lugares por motivos de empezar o continuar sus estudios en países con otros idiomas y culturas.
4. Campañas gubernamentales y de instituciones públicas que fomentan la educación de calidad y la formación en instituciones superiores en el extranjero.
5. Poca participación de empresas legalmente constituidas que prestan este tipo de servicios en el Ecuador.
6. La competencia ofrece este tipo de servicios a precios altos.

Amenazas

1. Existe un amplio porcentaje de traductores individuales que prestan este tipo de servicios.
2. La frecuencia de este servicio es de baja rotación con un mismo cliente.
3. Empresas con un mayor conocimiento de idiomas y recursos pueden monopolizar el mercado.
4. Tecnología con una alta capacidad de traducción a varios idiomas es cada vez más usada por los traductores individuales.
5. Los clientes nuevos son sensibles al precio sin reflexionar en la calidad del servicio y producto final.
6. Los clientes pueden encontrar los servicios de traducción en personas con conocimiento del idioma a traducir.

4.2 Matriz de Evaluación de Factores Internos

No	<u>FACTORES INTERNOS</u>	<u>PESO</u>	<u>CALIFICACIÓN</u>	<u>PONDERACION</u>
FORTALEZAS				
1	Conocimiento fluido del idioma inglés y español en áreas técnicas y legales.	0,25	5	1,25
2	Recurso humano familiar, confiable y con objetivos similares.	0,20	4	0,80
3	Se cuenta con activos fijos propios, por lo cual los gastos a incurrir serán menores y el financiamiento con entidades terceras será mínimo.	0,15	4	0,60
4	No tiene deudas pendientes a largo plazo.	0,15	3	0,45
5	Cultura organizacional y un alto compromiso con los clientes.	0,15	3	0,45
6	Entrega de productos finales en el tiempo pactado con el cliente.	0,10	2	0,20
Total Fortalezas.		1,00		3,75

No	<u>DEBILIDADES</u>			
1	No se realizan labores de investigación de mercado.	0,25	5	1,25
2	No se ha definido adecuadamente un plan promocional.	0,20	4	0,80
3	Participación en el mercado es muy baja.	0,15	4	0,60
4	No se cuenta con el capital humano suficiente para ampliar sus servicios.	0,15	3	0,45
5	Conocimiento nulo de otros idiomas de gran demanda, tales como el francés, alemán, mandarín y portugués.	0,10	3	0,30
6	Marca no patentada y con un posicionamiento débil.	0,10	3	0,30
7	La calidad del servicio puede ser baja en áreas sin conocimiento técnico tales como el sector petrolero y minero	0,05	2	0,10
Total Debilidades.		1,00		3,80

Total Factores Internos.	2,00		7,55
---------------------------------	-------------	--	-------------

Elaboración: Verónica Váscquez

4.3 Matriz de Evaluación de Factores Externos

No	FACTORES EXTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACION
	OPORTUNIDADES			
1	El constante crecimiento global de las empresas requerirá un servicio de traducción e interpretación de varios idiomas de forma de que se transmita sus ideas y productos de manera concisa y eficaz.	0,25	5	1,25
2	Alto potencial de empresas locales e internacionales en busca de servicios de traducción.	0,20	5	1,00
3	Alto potencial de estudiantes que emigran hacia otros lugares por motivos de empezar o continuar sus estudios en países con otros idiomas y culturas.	0,20	5	1,00
4	Campañas gubernamentales y de instituciones públicas que fomentan la educación de calidad.	0,15	4	0,60
5	Poca participación de empresas legalmente constituidas que prestan este tipo de servicios en el Ecuador.	0,10	4	0,40
6	Competencia ofrece este tipo de servicios a precios altos.	0,10	3	0,30
Total Oportunidades.		1,00		4,55

No	AMENAZAS			
1	Existe un amplio porcentaje de traductores individuales que prestan este tipo de servicios.	0,20	5	1,00
2	La frecuencia de este servicio es de baja rotación con un mismo cliente.	0,25	5	1,25
3	Empresas con un mayor conocimiento de idiomas y recursos pueden monopolizar el mercado.	0,15	4	0,60
4	Tecnología con una alta capacidad de traducción a varios idiomas es cada vez más usada por los traductores individuales.	0,15	3	0,45
5	Los clientes nuevos son sensibles al precio sin reflexionar en la calidad del servicio y producto final.	0,20	5	1,00
6	Los clientes pueden encontrar este tipo de servicios en personas con conocimiento del idioma a traducir.	0,5	2	0,10
Total Amenazas.		1,00		4,40

Total Factores Externos.	2,00		8,95
---------------------------------	-------------	--	-------------

Elaboración: Verónica Vásconez

Posición de la Ponderación de los Factores Internos y Externos:

PFI = 7,55 (Puntuación de Factores Internos).

PFE = 8,95 (Puntuación de Factores Externos).

En resumen la matriz elaborada nos indica que los factores externos no son favorables y por ende la empresa desarrollara una estrategia que permita disminuir el riesgo a corto y largo plazo. A la vez nuestros factores internos nos permiten conocer las oportunidades que se encuentran presentes en el mercado y utilizar nuestras fortalezas para aprovecharlas al máximo.

FODA

	<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento fluido del idioma inglés y español en áreas técnicas y legales. 2. Recurso humano familiar, confiable y con objetivos similares. 3. Se cuenta con activos fijos propios, por lo cual los gastos a incurrir serán menores y el financiamiento con entidades terceras será mínimo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se realizan pocas labores de investigación de mercado. 2. No se ha definido adecuadamente un plan promocional. 3. Participación en el mercado es muy baja.
<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>ESTRATEGIAS FO</u>	<u>ESTRATEGIAS DO</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. El constante crecimiento global de las empresas requerirán un servicio de traducción e interpretación de varios idiomas de forma de que se transmita sus ideas y productos de manera concisa y eficaz. 2. Alto potencial de empresas locales e internacionales en busca de servicios de traducción. 3. Alto potencial de estudiantes que emigran hacia otros lugares por motivos de empezar o continuar sus estudios en países con otros idiomas y culturas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado y convertirlos en una oportunidad para crecer como empresa; utilizar los recursos y capacidades disponibles para desarrollar una ventaja competitiva para nuestros potenciales clientes. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Implementar y ejecutar un estudio de mercado que nos permite ganar una mejor cuota de mercado, realizando campañas promocionales para dar a conocer nuestros servicios.
<u>AMENAZAS</u>	<u>ESTRATEGIAS FA</u>	<u>ESTRATEGIAS DA</u>
<ol style="list-style-type: none"> 1. La frecuencia de este servicio es de baja rotación con un mismo cliente. 2. Existe un amplio porcentaje de traductores individuales que prestan este tipo de servicios. 3. Empresas con un mayor conocimiento de idiomas y recursos pueden monopolizar el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Ofrecer un servicio de calidad, con precios accesibles y entregar los servicios en el menor tiempo posible. 4. Crear un grupo humano de traductores con experiencia en el área e idiomas a traducir y fomentar el buen ambiente de trabajo, de crecimiento individual con el fin de mantener una baja rotación de personal. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Establecer campañas de publicidad agresivas en medios de comunicación: internet, radiales y escritas, con la finalidad de dar a conocer nuestros servicios y a la vez atraer a los mejores traductores calificados y disponibles en el mercado.

4.4 Misión

Brindar nuestros servicios de traducciones garantizando confidencialidad, máxima calidad, puntualidad, eficiencia y rapidez. Ofreciendo una amplia gama de idiomas que satisfagan las necesidades de nuestros clientes. Estructurando un personal de traducción con conocimiento de varias áreas técnicas e idiomas de mayor demanda en la ciudad de Quito.

4.5 Visión

Para el año 2015, posicionarnos como la mejor empresa de traducciones de la ciudad de Quito.

4.6 Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos serán una guía para lograr el cumplimiento de la misión, y para emplear al máximo nivel los recursos disponibles de la empresa en un período determinado.

Los objetivos estratégicos que se planteará “**MAGIC WORD TRANSLATIONS**” son los siguientes:

1. Aprovechar nuestros recursos y capacidades disponibles.
2. Implementar y ejecutar un estudio de mercado.
3. Seleccionar y reclutar traductores calificados.
4. Desarrollar campañas de publicidad.

4.7 Estrategia de la Empresa e Identificación de la ventaja competitiva

Una vez establecidos los objetivos estratégicos de la empresa por medio de la matriz FODA y teniendo en cuenta el entorno de la organización tanto interno como externo; Las estrategias que se utilizarán para alcanzar los objetivos establecidos es la Estrategia de Diferenciación.

Nuestra visión al futuro es establecernos como la mejor empresa de traducciones a nivel nacional. No obstante, para llegar a serlo tenemos que ir paso a paso y formar un grupo de talento humano (traductores) que nos permita ofrecer un servicio de traducciones de máxima calidad, confidencialidad, puntualidad, eficiencia y rapidez. Son estos atributos son los que nos permitirán diferenciarnos de los traductores y empresas que ofrecen estos servicios.

Con miras al segmento de clientes al que queremos llegar, que son aquellos estudiantes universitarios que desean estudiar al extranjero, nos enfocaremos en los costos dependiendo de la demanda de mercado y por los precios establecidos por nuestra competencia analizada en el plan de marketing.

Hemos identificado que nuestra única posibilidad de diferenciarnos de nuestra competencia y generar una ventaja competitiva es ampliar nuestra gama de idiomas de mayor demanda en el Ecuador y lo más esencial formar con un grupo de traductores que se acoplen a la cultura organizacional y valores de la empresa. Estructurando un

equipo de traductores con el conocimiento técnico y el de varios idiomas sin duda nos dará una ventaja competitiva difícil de imitar.

5 Plan de Marketing

Una vez determinado el segmento de mercado y el perfil de nuestro cliente potencial este estará dirigido a:

5.1 Ubicación Geográfica:

País:	Ecuador
Provincia:	Pichincha
Ciudad:	Quito
Sector:	Distrito Metropolitano

5.2 Demográficas:

Género:	Masculino y Femenino
Edad:	Entre 20 y 39 años
Nivel Socioeconómico:	Medio y Alto
Grupos:	Estudiantes secundarios, universitarios y profesionales

5.3 Psicográficas:

Clase Social:	Medio, Medio Alto y Alto
Personalidad:	Todas
Beneficio del Servicio:	Calidad y Rapidez

Motivos de Compra: Estudios y Requisito legal

Frecuencia del Servicio: No muy frecuente

5.4 Objetivos de Marketing

Karen Weinberguer Villarán explica que “Todo plan debe contener objetivos y el primer objetivo es el de las ventas y que este debe establecerse en función a la demanda estimada en el sondeo de mercado, a las expectativas del empresario y a la capacidad de producción y endeudamiento de la empresa”. Para establecer la demanda estimada se ha tomado en cuenta los clientes a los que ya se les ha dado este servicio de traducción y también se tomará en cuenta los niveles de satisfacción de estos para obtener mayor referencia sobre nuestro producto a ofrecer.

Es importante el cálculo de la muestra de mercado según el segmento al que queremos llegar. Para esto hemos utilizado los datos proporcionados por el INEN, el cual se considera aquellos hombres y mujeres que por motivos de estudios han salido y entrado al país. El dato de entradas por motivo de estudios es de 169.703 y salidas 171.567 en el año 2010. América del Norte (Canadá y Estados Unidos) se estima que un 22% (37.782) de estos estudiantes han salido y han entrado a la ciudad de Quito por motivos de estudios.

Para este cálculo hemos considerado la fórmula y cálculo de la muestra poblacionales finitas (<100.000)⁵.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2}$$

⁵ <http://www.eumed.net/libros/2006a/cag2/19.htm>

$$e^2 (N-1) + (Z^2 * p * q)$$

n= tamaño de la muestra

Z=nivel de confianza, será el 95% (1.96)

P=Probabilidad que suceda el evento

Q= Probabilidad de que el evento no suceda

N=tamaño de la población

e= error de estimación máximo permitido del 5%.

Reemplazando los valores de la fórmula tenemos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 37.782}{0.05^2(37.782-1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{36285.83}{93.46 + 0.96}$$

$$n = \frac{36285.83}{94.42}$$

$$n = 384$$

$$n = 384$$

$$n = 384$$

$$n = 384$$

5.5 Metodología de Investigación de Campo

Una vez calculado el tamaño de la muestra el total de estudiantes o profesionales a los cuales tenemos que aplicar una encuesta es de 384, estos datos nos permitirán obtener información sobre la demanda de este servicio. Debido a que la disponibilidad de tiempo para este estudio no es suficiente, para realizarlo se considerara una muestra de 100. La base de datos de clientes a los cuales ya se les ha realizado un

servicio de traducción servirá para obtener información sobre la calidad, precio, frecuencia de compra, medios de comunicación del servicio y recomendaciones.

La segunda encuesta estará enfocada a obtener una respuesta sobre el nuevo servicio de traducción y certificación a estudiantes que tienen el propósito de salir al exterior o validar sus títulos del extranjero en la ciudad de Quito se realizar la encuesta en universidades, colegios de Quito y en el Senecyt.

5.6 Procesamiento de Datos:

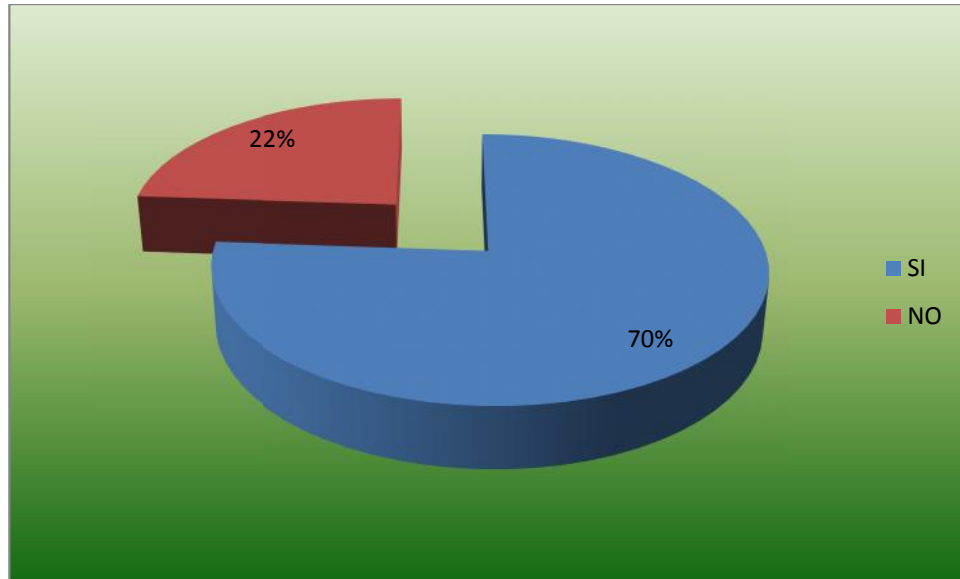
Los datos obtenidos de la primera encuesta fueron los siguientes:

Primera Pregunta: ¿Considera que el servicio de traducción realizado por la empresa Magic Word Translations es de buena calidad?

Cuadro 5

Opciones		
SI	NO	TOTAL
78%	22%	100%

Gráfico 7



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

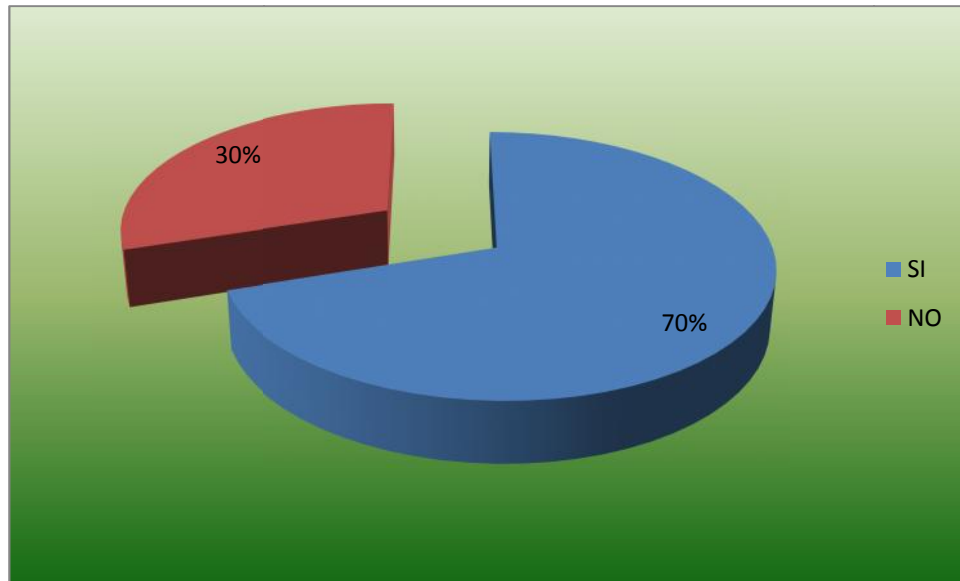
Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes existentes de Magic Word Translations nos da como resultado que el 78% valora la calidad del servicio otorgado por la empresa y el 22% considera que la calidad fue mala. Es bueno recalcar que las personas o empresas que percibieron este mal servicio fueron empresas a las cuales se les ofreció el servicio de traducciones en otro idioma diferente a Inglés-Español-Inglés.

Segunda Pregunta: ¿Considera que los precios del servicio de traducción realizado por la empresa Magic Word Translations son accesibles para todos los estratos sociales?

Cuadro 7

Opciones		
SI	NO	TOTAL
70%	30%	100%

Gráfico 8



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

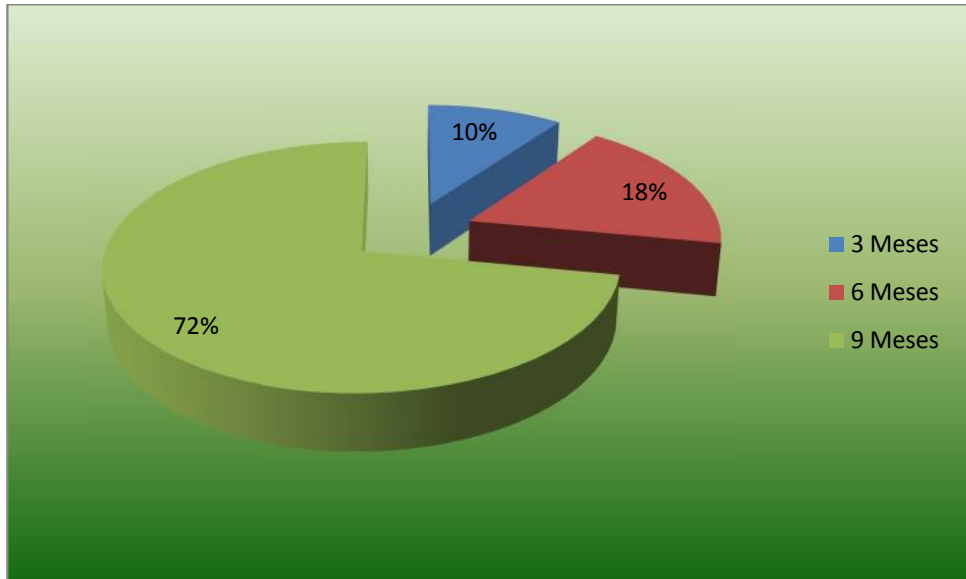
Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes existentes de Magic Word Translations nos da como resultado que el 70% considera que el precio por el servicio prestado va acorde con las necesidades del cliente, y un 30% considera que el precio fue demasiado alto. Los estudiantes que dependen de ellos mismos y las empresas que no valoran la calidad se encuentran en este grupo.

Tercera Pregunta: ¿Con qué frecuencia usted requerirá de los servicios de traducciones?

Cuadro 8

Opciones			
3 Meses	6 Meses	9 Meses	Total
10%	18%	72%	100%

Gráfico 9



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes existentes de Magic Word Translations nos da como resultado que el 72% de nuestros clientes sean estas empresas o personas particulares consideran que requerirán nuestros servicios 1 vez cada 9 meses, un 18 % 1 vez cada 6 meses y 10% 1 vez cada 3 meses. Es importante resaltar que debido a la baja frecuencia con la cual este servicio es requerido, los estudiantes que necesitarán este servicio de traducción y certificación deberán ser atendidos con un trabajo de calidad, rapidez y a precios cómodos con el fin de que nos recomienden a futuros clientes. También debemos buscar empresas privadas o públicas que requieran con mayor frecuencia estos servicios de traducción, al igual que tener una gama mayor de idiomas para poder sustentar nuestros costos y tener un

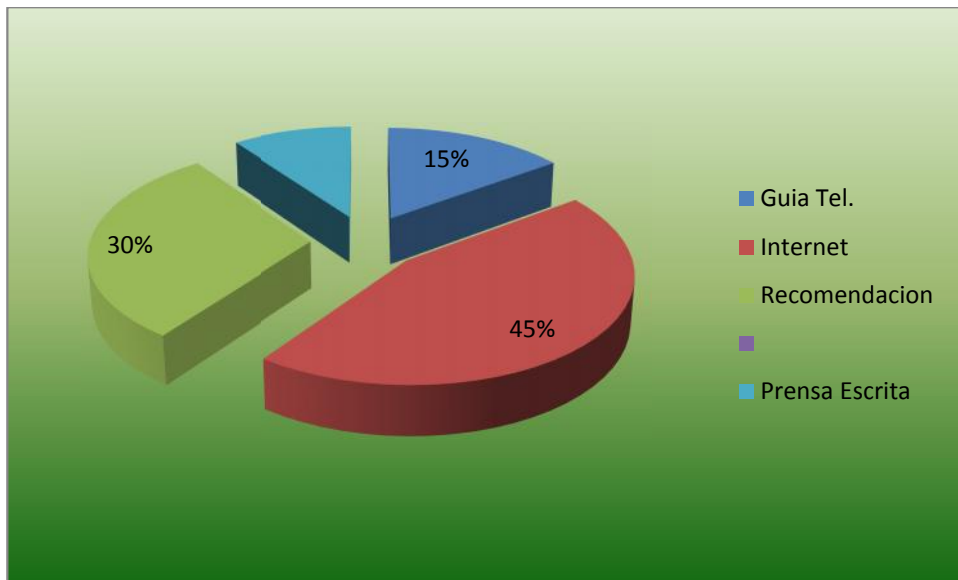
rendimiento positivo mientras nos damos a conocer en este nuevo mercado en el cual que tratamos de incursionar.

Cuarta Pregunta: ¿A través de qué medio conoció la existencia de nuestro servicio?

Cuadro 9

Opciones				
Guía Tel.	Internet	Recomendación	Prensa Escrita	Total
15%	45%	30%	10%	90%

Gráfico 10



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes existentes de Magic Word Translations nos da como resultado que el 45% de nuestros clientes existentes nos han contactado por internet en donde se ha realizado una publicidad sin costo a través de páginas web que ofrecen estos servicios gratis, después tenemos que un

porcentaje del 35% han sido personas recomendados por otros clientes nuestros, este medio es muy importante seguir incrementando ya que una vez conocida nuestra marca tendremos la oportunidad de mantener una fidelidad a largo plazo con nuestros clientes y recomendados.

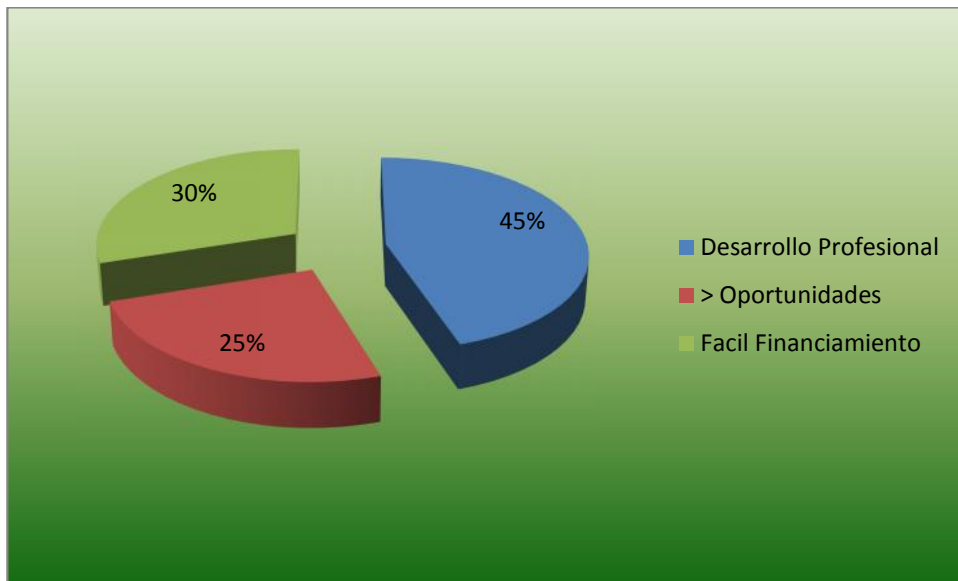
Los datos obtenidos de la primera encuesta fueron los siguientes:

Quinta Pregunta: ¿Por qué considera usted salir a estudiar al exterior?

Cuadro 10

Opciones			
Desarrollo Profesional	> Oportunidades	Fácil Financiamiento	Total
18	10	12	40

Gráfico 11



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes potenciales de Magic Word Translations nos da como resultado que de 40 personas encuestadas el 45%

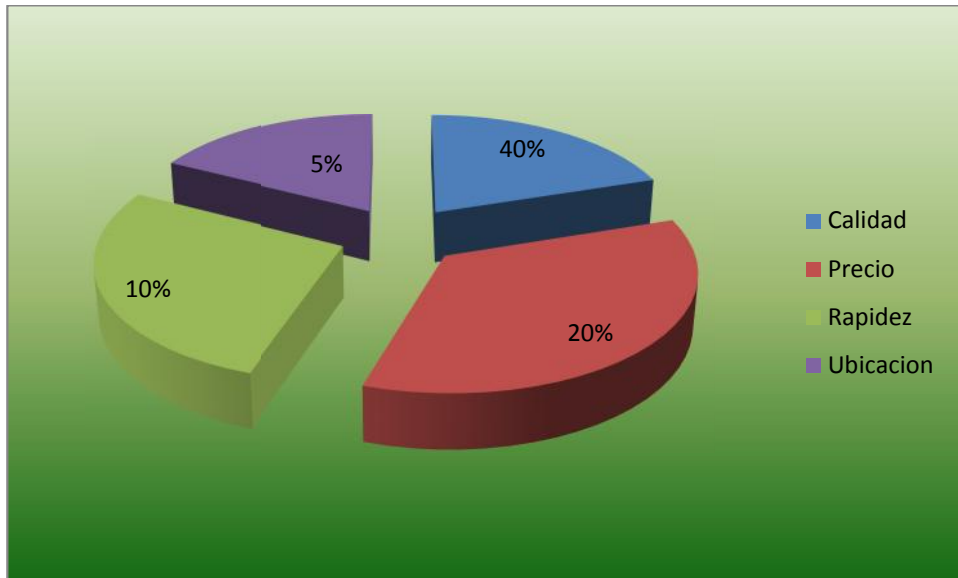
busca el desarrollo profesional cuando consideran salir al exterior, un 25% considera que tendrá mayores oportunidades al tener un título en el extranjero y un 30% considera las facilidades que el gobierno actual otorga para lograr dicho financiamiento.

Sexta Pregunta: ¿Cuál es el país que mayormente le atrae para realizar sus estudios universitario o de postgrado?

Cuadro 11

Opciones				
Estados Unidos	Canadá	Inglaterra	Australia	Otros
16	8	4	2	10

Gráfico 12



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes potenciales de Magic Word Translations nos da como resultado que de 40 personas encuestadas el 40% tiende a elegir universidades de los Estados Unidos, en un 25% están las

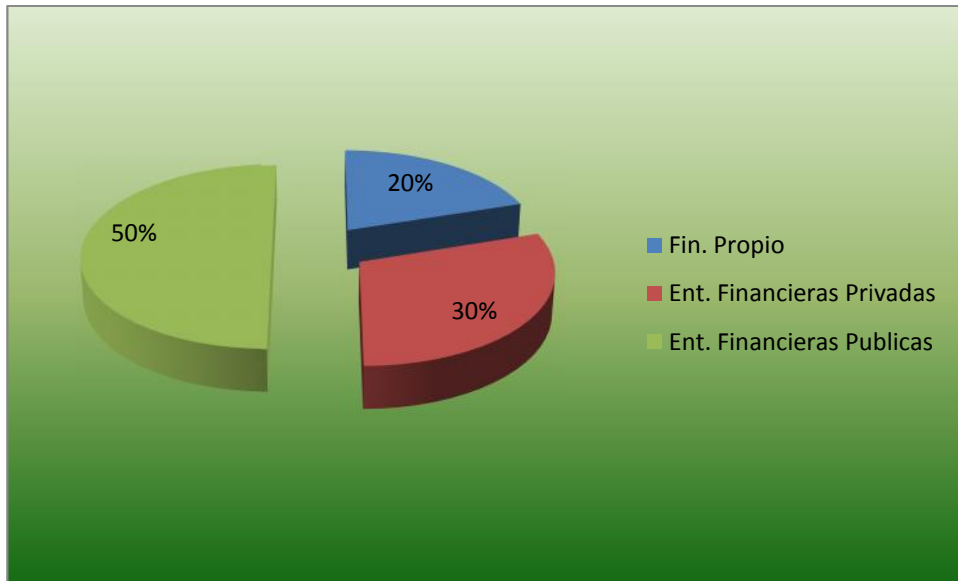
universidades de países con idiomas diferentes al inglés, en un 20% están universidades del Canadá, un 10% universidades de Inglaterra y un 5% universidades Australianas.

Séptima Pregunta: ¿Cómo financiará sus estudios en el exterior?

Cuadro 12

Opciones			
Fin. Propio	Ent. Financieras Privadas	Ent. Financieras Públicas	Total
8	12	20	40

Gráfico 13



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes potenciales de Magic Word Translations nos da como resultado que de 40 personas encuestadas el 50% solicitará un financiamiento Público (Senecyt) para pagar de sus estudios debido a que esta entidad ofrece facilidades de pago a tasas de interés muy atractivas. El 30%

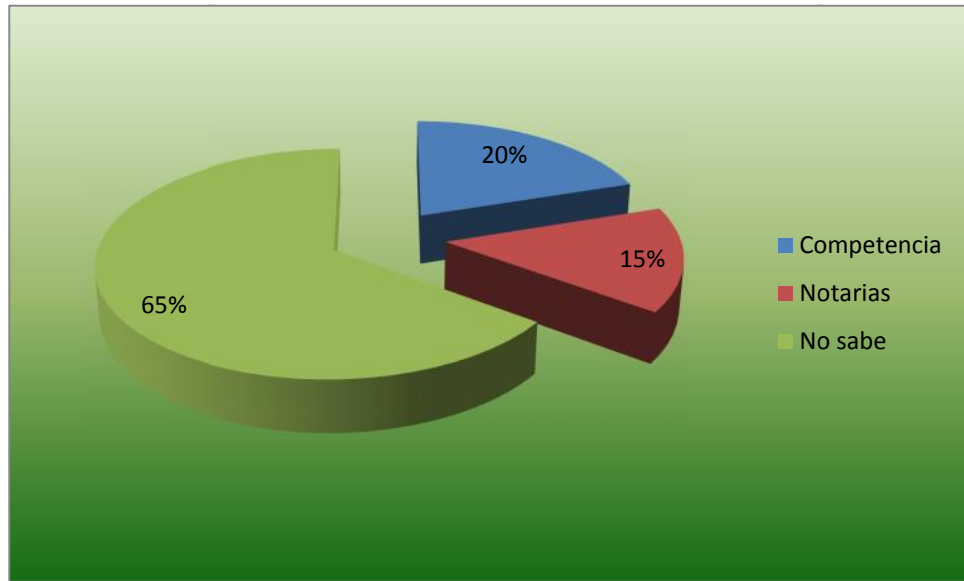
buscará el financiamiento en entidades privadas y el 20% se financiará con sus propios recursos.

Octava Pregunta: ¿Dónde certificaría o traduciría sus documentos solicitados por la universidad extranjera o entidad que lo solicita?

Cuadro 13

Opciones			
Competencia	Notarias	No sabe	Total
8	6	26	40

Gráfico 14



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásquez

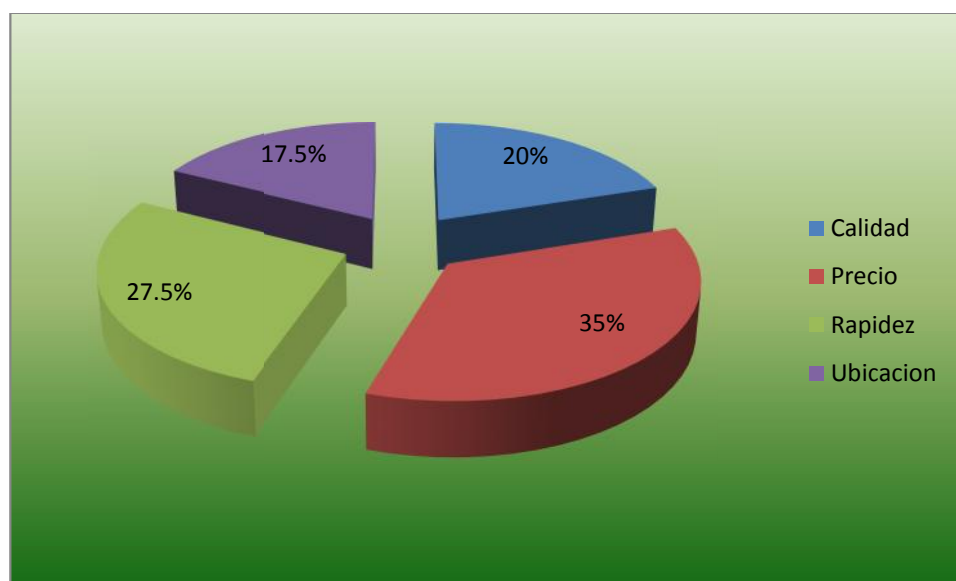
Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes potenciales de Magic Word Translations nos da como resultado que de 40 personas encuestadas el 65% no conoce una empresa o entidad que ofrezca estos servicios. El 20% nombró a nuestra competencia y el 15% fue referido a diferentes notarías de la ciudad.

Novena Pregunta: ¿Al traducir sus documentos qué es lo que más le satisface del servicio prestado (calidad, precio, rapidez, ubicación)?

Cuadro 14

Opciones				
Calidad	Precio	Rapidez	Ubicación	Total
8	14	11	7	40

Gráfico 15



Fuente: Encuesta

Elaborado: Verónica Vásconez

Análisis de Resultados: Este análisis realizado a los clientes potenciales de Magic Word Translations nos da como resultado que de 40 personas encuestadas un 35% está más pendiente del precio del servicio, un 27.5% de la rapidez del servicio, un 20% de la calidad del servicio y un 17.5% valora la ubicación del establecimiento.

Los datos arrojados en las encuestas realizadas tienen el objetivo de darnos a conocer datos muy importantes para la implementación de nuestros objetivos y estrategias a seguir.

5.7 La Mezcla de Marketing

Se denomina **Mezcla de Mercadotecnia** a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía.⁶ Una vez definido el objetivo principal de la empresa el cual es ofrecer los servicios de traducción y certificación a estudiantes de colegios o universidades que quieran estudiar en el exterior, a continuación analizaremos los elementos de la mezcla de marketing y emplearemos estrategias según el mercado meta definido anteriormente.

5.8 Producto o Servicio

Nuestro principal objetivo estratégico es el de utilizar una estrategia de diferenciación ante nuestra competencia. El servicio que esta empresa ofrecerá, será la de ofrecer servicios de traducciones certificadas a estudiantes y profesionales que desean salir a estudiar en el exterior y que se encuentran ubicados en Quito. Este servicio se lo hará mediante una marca comercial que se utilizará para ofrecer nuestros servicios la cual se la denominará Magic Word Translations. Esta marca a futuro tendrá que estar en la mente de nuestro cliente como una marca que ofrece un servicio de traducción de

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia

calidad, seriedad, puntualidad, eficiencia y rapidez. Además nuestros trabajos son garantizados y de absoluta confidencialidad.

5.9 Logotipo

El logotipo con el cual se dará a conocer la empresa será denominado “**MAGIC WORD TRANSLATIONS**”. Este nombre nos permitirá diferenciarnos de nuestra competencia especialmente de los traductores que brindan su servicio de manera individual. Nuestro logotipo brindará la confianza a nuestros clientes de que somos una empresa seria y bien estructurada.

Logotipo Magic Word Translations – 2012

Grafica 16: Logotipo



5.10 Eslogan

El eslogan de la empresa tiene como objetivo transmitir al consumidor final que la empresa no está solo enfocada a traducir literalmente las palabras a otro idioma, sino que tenemos el talento humano y técnico capaz de traducir las ideas que el cliente quiere transmitir en el idioma requerido.

! Nosotros no solo traducimos palabras.....traducimos ideas!!!!

5.11 Precio

Entre las encuestas realizadas uno de los elementos que nuestro mercado meta valora en un servicio de traducción es el precio. La estrategia que emplearemos para el lanzamiento de este servicio y para ganar una participación en este mercado será dependiente del volumen de documentos que el cliente requiera traducir y certificar. A mayor volumen se le concederá un descuento del 10 al 15% del precio final. El precio también se lo hará por hoja, por palabra a traducir y dependiendo la complejidad del tema.

Una vez posicionados en este mercado mantendremos los precios acorde a la competencia, es importante realizar un monitoreo constante de cómo está actuando nuestra competencia en este aspecto. Se realizó un sondeo de los precios de los principales competidores los cuales son empresas constituidas que ofrecen servicios de traducciones en la ciudad de Quito.

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los precios que cobra la competencia por la traducción de una página, con un promedio de 300 palabras por carilla, los precios pueden variar un 10% dependiendo el tema a traducirse, la cantidad de documentos y el plazo de entrega que requiera el cliente.

Magic Word Translations mantiene el precio más bajo del mercado y ofrece calidad en cada traducción por lo que se ha recibido recomendaciones por parte de nuestros clientes.

Cuadro 15: Competencia

COMPETENCIA			
Nombre	Precio Traducción por página	Ubicación	Tipo de traducciones ofrecidas
Top Notch Traducciones	\$ 25.00	Quito. República del Salvador	Inglés, Alemán, Francés
Traducciones Harrington	\$ 25.00	Quito	Inglés-Español- Ingles
ABC Traducciones	\$ 18.00	Quito. 10 de Agosto y Arenas	Inglés- Francés- Italiano
Ochoa-Rizzoli Traductores	\$ 17.00	Quito. 12 de Octubre y roca	Inglés- Portugués- Alemán
PROEI Traducciones	\$ 15.00	Quito	Inglés- Francés- Italiano
Bridge Traducciones	\$ 12.00	Quito. Calle Abascal	Inglés- Mandarín
Grupo Cambridge	\$ 10.00	Quito.	Inglés- Alemán- Francés
Alvear & Alvear	\$ 9.00	Quito. CC el Bosque	Inglés-Español- Ingles
Globalpro Communications	\$ 9.00	Quito. La Niña y 6 de Diciembre	Inglés-Español- Ingles
Inlingua	\$ 8.00	Quito. Calle Sebastián Quintero	Inglés, Alemán
Nuestros Precio			
Magic Word Translations	\$ 7.00	Quito. República del Salvador	Inglés-Español- Ingles

Fuente: Investigación

Elaborado: Verónica Vásconez

5.12 Promoción

El medio de comunicación más rentable y económico para darnos a conocer en nuestro mercado es el internet y las redes sociales especialmente las redes estudiantiles. Por este motivo nuestra empresa diseñará una página web y la publicará en las redes sociales de mayor conocimiento en la ciudad de Quito tales como Facebook y Twitter.

Es muy importante también realizar volantes ya que estos representan un costo mínimo y pueden ser distribuidos en lugares estratégicos en donde nuestros clientes potenciales a menudo se encuentran (universidades, embajadas, institutos superiores, Senecyt, etc.)

5.13 Plaza

Los requerimientos de nuestros servicios serán receptados vía email o físicamente en nuestra oficina y estos serán desarrollados y entregados de la misma manera al consumidor final. Es importante establecer que si el volumen de ventas va en aumento y sobrepasa la capacidad actual de atención, se contratará traductores externos para realizar dichos trabajos.

5.14 Posicionamiento y Estrategia de promoción

Para llegar a nuestro mercado meta identificado utilizaremos medios de comunicación tales como el internet, se diseñará una página web de fácil comunicación la cual transmita el servicio que prestamos. Además trataremos de posicionar nuestra marca en redes sociales de estudiantes universitarios y participaremos en ferias que promuevan la educación de calidad. Ocasionalmente entregaremos volantes en las fueros de universidades e instituciones que promuevan la educación en el extranjero.

Debido a que este servicio no es tan frecuente tendremos que receptor la mayor información posible del cliente que nos visitó o ya adquirió nuestros servicios así como de qué colegio o universidad proviene, qué institución le está ayudando a financiarse y con esta información realizar nuestra campaña promocional en los lugares ya identificados.

El posicionamiento de nuestra marca es muy importante para que nuestra empresa sea identificada como una empresa que brinda un servicio que satisface las necesidades de nuestro mercado meta y para que este nuevo servicio sea rentable se asignará un presupuesto de publicidad y promoción detallado a continuación:

Cuadro 15: Presupuesto de Publicidad

Diseño Pagina Web	\$1500 una vez al año
Mantenimiento Pagina Web (Dominio)	\$ 70 una vez por año
Volantes 1000	\$ 50 cada mes

Fuente: Investigación

Elaborado: Verónica Vásconez

6 Plan de Operaciones

6.1 Objetivos de Operaciones

Los objetivos se basan en función de la demanda estimada y la capacidad de servicio.

- Puntualidad y rapidez en la entrega de trabajos.
- Precisión y calidad de la traducción.
- Atención eficiente y diferenciada

Debido a que actualmente Magic Word Translations cuenta con un traductor, y requerirá contratar a dos traductores adicionales, los cuales podrán atender a 2 clientes (traducciones) diarios, con un promedio de 7 páginas por trabajo; en una semana se podrá traducir hasta 210 páginas.

Para optimizar el tiempo de la realización de traducciones se ha proveído a los traductores con computadoras portátiles modernas, internet banda ancha móvil (en caso de requerir consultar algún tema o palabra), en un ambiente tranquilo en donde puedan concentrarse al realizar los trabajos.

En caso de que un cliente requiera la traducción de un documento de 300 a 600 palabras se podrá entregar el trabajo el mismo día. Caso contrario se fijará un plazo de tiempo de entrega que vaya de acuerdo a la capacidad de atención de Magic Word Translations, pero enfocándose en las necesidades del cliente.

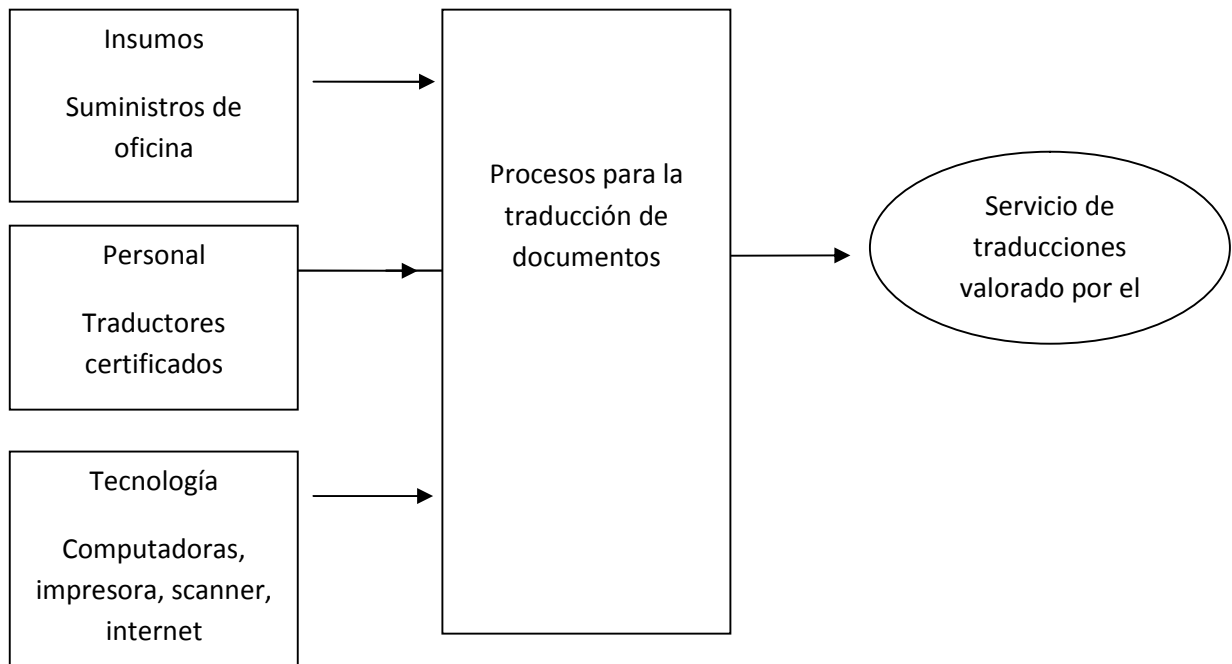
6.2 Calidad del Producto

La traducción de los documentos debe ser realizada de manera precisa, traduciendo ideas, utilizando las palabras adecuadas que logren transmitir en forma clara su significado.

La puntualidad en la entrega de los documentos es esencial, no se aceptará retrasos, solo en casos emergentes se pedirá al cliente una concesión de tiempo para extender el plazo de entrega.

El trato al cliente deber ser formal y cordial en toda ocasión, demostrando nuestro interés en satisfacer sus necesidades y cumplir con sus expectativas.

Grafico 17: Elementos del Proceso

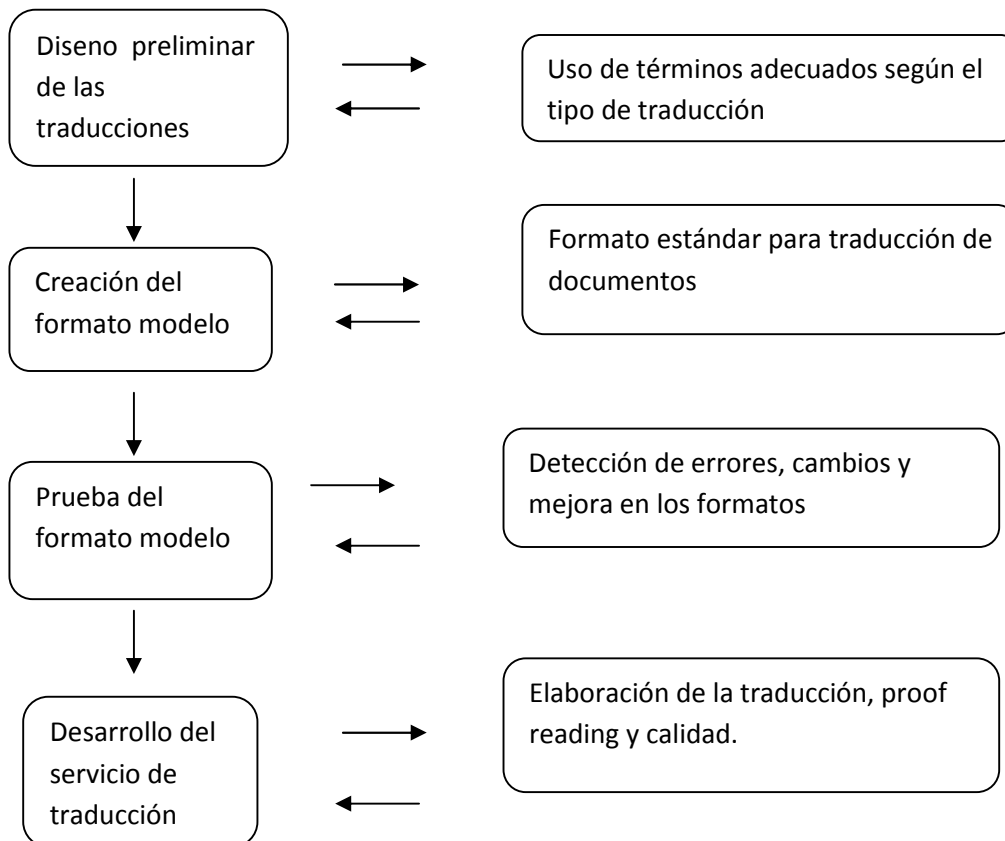


6.3 Características que debe tener el servicio de traducciones (producto final):

- **Calidad en la traducción:** precisa, con términos adecuados según el tema.
- **Puntualidad:** el trabajo debe ser entregado en la fecha y hora acordadas con el cliente.
- **Atención al cliente:** trato cordial, respetuoso y servicial.

6.4 Actividades previas al inicio de la realización de traducciones

Grafico 18: Elementos del Proceso



Se realizará pruebas de simulación de traducción de documentos, con el fin de preestablecer formatos estándar para la realización de traducciones inglés-español-inglés, de los siguientes documentos:

- Partidas de nacimiento
- Partidas de defunción
- Certificados de Matrimonio
- Títulos
- Certificados Laborales
- Rol de Pagos
- Certificados Bancarios

Una vez revisados los formatos y realizadas las correcciones necesarias se procederá a realizar las traducciones requeridas por los clientes, basados únicamente en estos formatos. El objetivo es cumplir con una presentación uniforme de los trabajos de traducción y evitar errores.

Se realizará una evaluación de los formatos cada dos meses para identificar los puntos en los cuales se puede mejorar o deben ser cambiados, con el objetivo de mantenernos mejorando y buscando la manera de innovar para lograr un servicio eficiente.

6.5 Especificaciones Técnicas

Las traducciones realizadas tendrán las siguientes características (por página):

- Hoja de papel bond tamaño A4
- Impresión a láser color negro
- Tipo de letra Arial # 11
- Nota al pie (certificación) color verde, tamaño de letra
- Firma del Traductor
- Sello Azul Goansa S.A.
- Sello Negro Magic Word Translations
- Sello de Agua en la esquina derecha Magic Word Translations
- Los documentos se entregarán al cliente dentro de un sobre manila en donde irá: nombre del cliente y número de páginas.

La empresa está sujeta y cumple con sus obligaciones tributarias, así como también con las exigencias del SRI.

6.6 Marca e Identificación

Grafico 19: Marca

Magic Word Translations



- **Nombre de la Compañía:** GOANSA S.A.
- **Nombre Comercial:** Magic Word Translations
- **RUC:** 17911774001
- **Actividad Económica:** Servicios y comercio
- **Ubicación:** Magic Word Translations está establecida en Ecuador, provincia de Pichincha en el Distrito Metropolitano de Quito, Sector Norte, La Carolina.
- **Dirección:** República del Salvador N 34-499 y Portugal. Edificio Trento Oficina 5-A.
- **Sector:** La Carolina. Quito Ecuador
- **Teléfonos:** 333-2384 – 087-410-970- 087-410-176
- **Página web:** www.traduccionesmws.com.ec
- **Email:** goansasa@yahoo.com

Magic Word Translations se encuentra ubicada en un sector considerado céntrico y accesible, en donde existe una gran afluencia de personas. Se tiene cerca a la empresa Top Notch Traducciones que es nuestra competencia, esto nos da una ventaja ya que los clientes que acuden a ellos debido a que es una compañía conocida van en busca de nuestros servicios ya que ofrecemos un precio más bajo y entrega rápida con una excelente calidad de traducción.

El edificio en donde se encuentran las oficina cuenta con un amplio parqueadero de visitas, lo que ofrece comodidad y seguridad para los clientes.

6.7 Proceso de Atención al Cliente y Servicio de Traducción

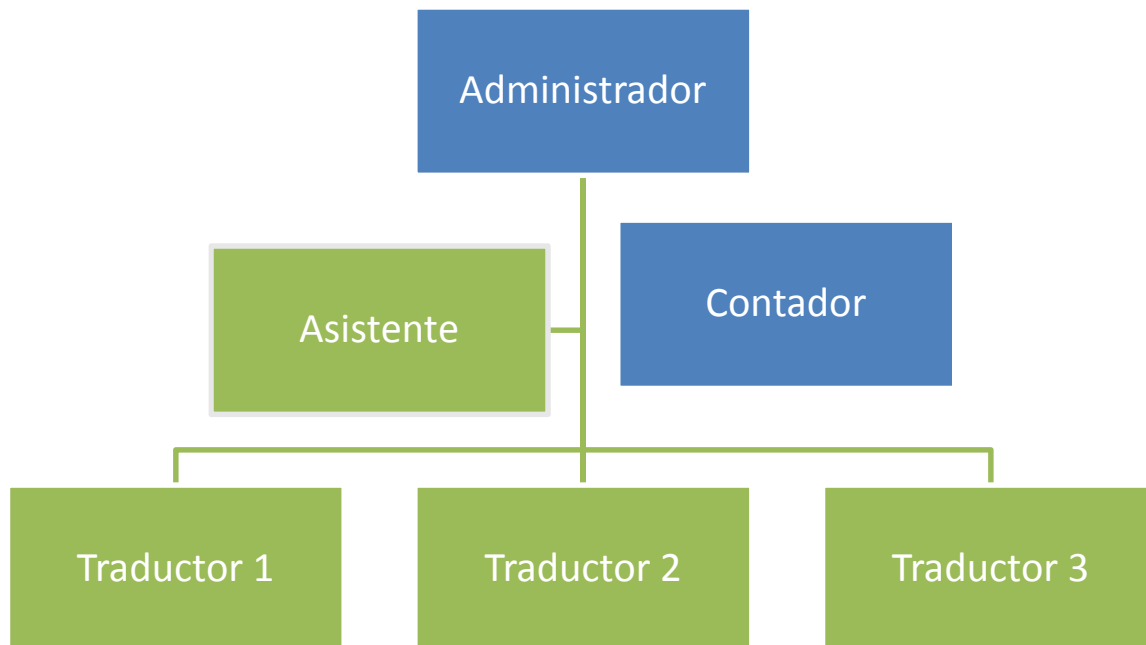
- 1) Solicitud del servicio, recepción de llamada telefónica o email.
- 2) Proforma o cotización del servicio requerido.
- 3) Coordinación con el cliente sobre precio, tiempo de entrega y si se deberá entregar la traducción requerida de manera física (certificada) o electrónica.
- 4) Asignación del trabajo de traducción al traductor especializado según el tema.
Fijación del tiempo de entrega. (proceso interno)
- 5) Realización del Proof readig, segunda revisión en donde se corrige errores y se mejora términos, formatos y presentación.
- 6) Entrega del producto final (traducción)
- 7) Facturación y proceso de cobro.
- 8) Registro de las transacciones, depósito del pago y emisión de retenciones.

7 Estructura y Plan de Recursos Humanos

El personal requerido es:

- 1 Administrador (contratado)
- 1 Asistente (contratado)
- 1 Contador
- 3 Traductores (2 vacantes)

7.1 Organigrama Estructural



- **Administrador**
 - Profesional con título universitario
 - Conocimiento de manejo de personal
 - Computación, tributación, atención al cliente.

- **Asistente**
 - Cursar estudios superiores
 - Conocimiento Microsoft Office, recepción y atención al cliente.

- **Contador**
 - Elaboración de Balances

- Tributación mensual
- Elaboración de anexos mensuales
- Pago de Impuesto a la renta y predio
- Nómina

- **Traductores**

Con el objeto de brindar un servicio de traducciones de calidad, Magic Word Translations necesita tener 3 traductores calificados en el idioma Inglés- Español Inglés.

Requisitos básicos:

- Conocimiento avanzado de los idiomas Inglés- Español- Inglés.
- Vocabulario, gramática, redacción e interpretación.
- Manejo de Office e internet
- Título Tercer Nivel (universitario)
- Atención al cliente

Para identificar el perfil adecuado se realizó la descripción del puesto mediante un conjunto de preguntas realizadas a uno de los traductores especializados con el que cuenta la empresa:

Grafica 20: Descripción del Puesto de Trabajo

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO		Hoja 1	
		Fecha:	
1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO			
1.1. Título del Puesto	: Traductor		
1.2. Nombre del Empleado	Gonzalo Sánchez		
1.3. Departamento	: Traducción		
1.4. Sección	:		
1.5. Jefe Inmediato	: José Sánchez		
1.6. Horario de Trabajo	: Flexible	Tiempo en la Empresa:	4 años
2. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO			
2.1. OBJETIVO DEL PUESTO	Ofrecer a los clientes los servicios de traducción de gran calidad, eficiencia y rapidez por medio del establecimiento de relaciones de colaboración a largo plazo.		
2.2. Cuántas personas componen el total de su área de trabajo?	4		
2.3. Todos realizan el mismo trabajo que usted?	no		
2.4. Señale las tareas principales o regulares que realiza diariamente:	Frecuencia	Tiempo	
a) Leer el material original que se va a traducir y reescribirlo en Ingles.	diario	1 hora	
b) Asegurar que la traducción transmita el mismo significado del documento original.	diario	1 h 30 minutos	
c) Buscar las palabras precisas en diccionarios de sinónimos y antónimos, libros de referencia para encontrar en equivalente más preciso.	diario	1 hora	
d) Investigar la terminología jurídica, técnica y científica para encontrar la traducción correcta.	diario	1 hora	
e) Reunirse con los clientes para discutir puntos que no están claros	diario	1 hora	
f) Editar y corregir la versión final del documento	diario	30 minutos	
g) Proveer a los clientes una versión final del documento sin errores gramaticales.	diario	30 minutos	
h) Priorizar los trabajos según las fechas de entrega para cumplir con los plazos.	diario	30 minutos	
i) Proveer cotizaciones de los servicios de traducción.	diario	20 minutos	
j) Realizar publicaciones en redes sociales, internet y periódicos para captar más clientes.	diario	20 minutos	

2.5. Tareas periódicas: semanales, quincenales, mensuales, etc.				Frecuencia	Tiempo
a)	Brindar apoyo al area de ventas y marketing			semanalmente	2 horas
b)	Optener retroalimentacion por parte de los clientes, haciendo un seguimiento			quincenal	2 horas
c)	Revisar el portal de Compras Publicas y preparar los concursos			semanalmente	2 horas
d)					

2.6. Tareas ocasionales: De vez en cuando y no de forma regular.					
a)	Capacitación a los traductores freelance en temas técnicos				
b)					

3. REQUERIMIENTOS DEL PUESTO DE TRABAJO

3.1. Para el desempeño del puesto de trabajo, que requerimientos exige?						
Ingeniería	<input type="checkbox"/>	Indique especialidad	Licenciatura en Letras y/o Linguistica			
Licenciatura	<input checked="" type="checkbox"/>	Indique cuál	Excelente ortografía, conocimientos de redacción e idiomas			
Doctorado	<input type="checkbox"/>	Indique cuál	Gran capacidad de concentración en la lectura de textos, y capacidad para redactar errores			
Estudios Especiales	<input type="checkbox"/>	Señale cuáles				
Idiomas	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	o Cuáles	Ingles / Español	Hablado <input checked="" type="checkbox"/>	Escrito <input checked="" type="checkbox"/>
					Hablado <input checked="" type="checkbox"/>	Escrito <input checked="" type="checkbox"/>
3.2. Para el desempeño de su trabajo, ¿Qué formación adicional se requiere?						
Experiencia en Traducción de texto y documentos en los idiomas: Inglés- Español- Inglés						
Experiencia en areas técnicas en ambos idiomas						

3.4. ¿Cuánto tiempo más para dominarlo plenamente?					
Dedicación y mucha investigación					
3.3. ¿Cuánto tiempo cree usted que es necesario para aprender a desarrollar los trabajos de su puesto satisfactoriamente?					
Después del tiempo de formación profesional y conocimiento del idioma se requiere 1 mes.					

3.5. ¿Cuántos trabajos le supervisan a usted?			
Pocos	<input checked="" type="checkbox"/>	La mayoría	<input type="checkbox"/>
		Todos	<input type="checkbox"/>
3.6. ¿Cuál es la supervisión que se le ejerce sobre esos trabajos?			
Poca	<input checked="" type="checkbox"/>	Bastante	<input type="checkbox"/>
		Mucha	<input type="checkbox"/>
3.7. ¿Ante quién es usted directamente responsable?			
De mis clientes finales			
3.8. Corrientemente, ¿Cómo recibe usted las órdenes?			
Ninguna			
4. EXIGENCIAS FÍSICAS, VISUALES Y MENTALES			
4.1. Si tiene que manejar objetos, indique:			
¿De qué peso ? :	ninguno		
4.2. Qué porcentaje de su tiempo pasa:			
De pie:	Sentado:	8 horas/diaria	Andando:
4.3. La atención que ha de prestar para el desarrollo de su trabajo es:			
Poca	<input type="checkbox"/>	Media	<input type="checkbox"/>
		Mucha	<input checked="" type="checkbox"/>
4.4. ¿Para la vigilancia de su puesto de trabajo, tiene que mirar aparatos, instrumentos de medida, etc.? ¿Cómo?			
De forma ligera	<input type="checkbox"/>	Durante	Horas
De forma concentrada	<input checked="" type="checkbox"/>	Durante	Horas
Con qué frecuencia?	Durante todo el proceso del trabajo		
Cuánto tiempo durante la j.	Aproximadamente de 5 a 8 horas diarias		

5. EQUIPO DE TRABAJO DEL EMPLEADO			
5.1. Haga una descripción de lo que hay en su puesto de trabajo:			
Aparatos	:	Escritorio, silla	
Máquinas	:	2 Laptops, impresora laser	
Instrumentos	:		
			Hoja 4
Herramientas : Internet, diccionarios y libros concernientes al tema.			
Materiales	:	Papel. Sello y esferográfico	
Productos	:		
5.2. ¿Cuál de estos elementos cree que puede estropearse con más facilidad, por un posible descuido suyo?			
El Café			
5.3. ¿Maneja usted datos confidenciales? Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
En caso afirmativo, indique cuáles:			
Temas legales, procesos de patentes, manuales operativos.			

6. SUPERVISIÓN EJERCIDA			
6.1. Si usted dirige o supervisa el trabajo de otras personas, indique:			
De qué trabajo se trata	No. de Personas Supervisadas	Frecuencia	
Traducciones especializadas	1 o 2	Cuando sea necesario	

7. CONTACTO CON OTROS			
7.1. Exponga con qué personas de la Empresa, que no sean de su Sección, debe relacionarse por motivo de trabajo.			
Con quién	Para qué	Frecuencia	Cómo
Gremios de Traductores	Obtener contactos en caso de trabajos grandes	Semanalmente	Afiliación
Traductores con conocimiento de otros idiomas	En caso de servicios en otros idiomas	Semanalmente	Social Networking
7.2. Con qué personas de fuera de la empresa mantiene frecuentes contactos por razón de su trabajo?			
Traductores que prestan sus servicios freelance y con clientes			

7.2 Funciones del personal (traductores)

- Leer el material original que se va a traducir y reescribirlo en Inglés.
- Asegurar que la traducción transmita el mismo significado del documento original.
- Buscar las palabras precisas en diccionarios de sinónimos y antónimos, libros de referencia para encontrar en equivalente más preciso.
- Investigar la terminología jurídica, técnica y científica para encontrar la traducción correcta.
- Reunirse con los clientes para discutir puntos que no están claros
- Editar y corregir la versión final del documento
- Proveer a los clientes una versión final del documento sin errores gramaticales.
- Priorizar los trabajos según las fechas de entrega para cumplir con los plazos.
- Proveer cotizaciones de los servicios de traducción.
- Realizar publicaciones en redes sociales, internet y periódicos para captar más clientes.

7.3 Competencias

Auto-Organización

Conductas:

- Priorizar los trabajos según las fechas de entrega para cumplir los plazos.
(Definir prioridades en sus actividades)
- Reunirse con los clientes para discutir puntos que no están claros. (Cumplir la propia agenda.

Comunicación Escrita

Conductas:

- Asegurar que la traducción transmita el mismo significado del documento original. (Precisar el mensaje escrito y no permitir sobreentendidos)
- Proveer a los clientes una versión final del documento sin errores gramaticales.
(Hacer una presentación clara y cuidada de los documentos.)

Aprendizaje

Conductas:

- Buscar las palabras precisas en diccionarios de sinónimos y antónimos, libros de referencia para encontrar un equivalente más preciso.
- Investigar la terminología jurídica, técnica y científica para encontrar la traducción correcta. (Asimilar nueva información y aplicarla correctamente).

Atención al Cliente

Conductas:

- Proveer cotizaciones de los servicios de traducción. (Escuchar y valorar las peticiones de los clientes y darles respuesta.

Planificación y Organización

Conductas:

- Realizar publicaciones en redes sociales, internet y periódicos para captar más clientes. (Programar campañas comerciales.)

Atención al Detalle

Conductas:

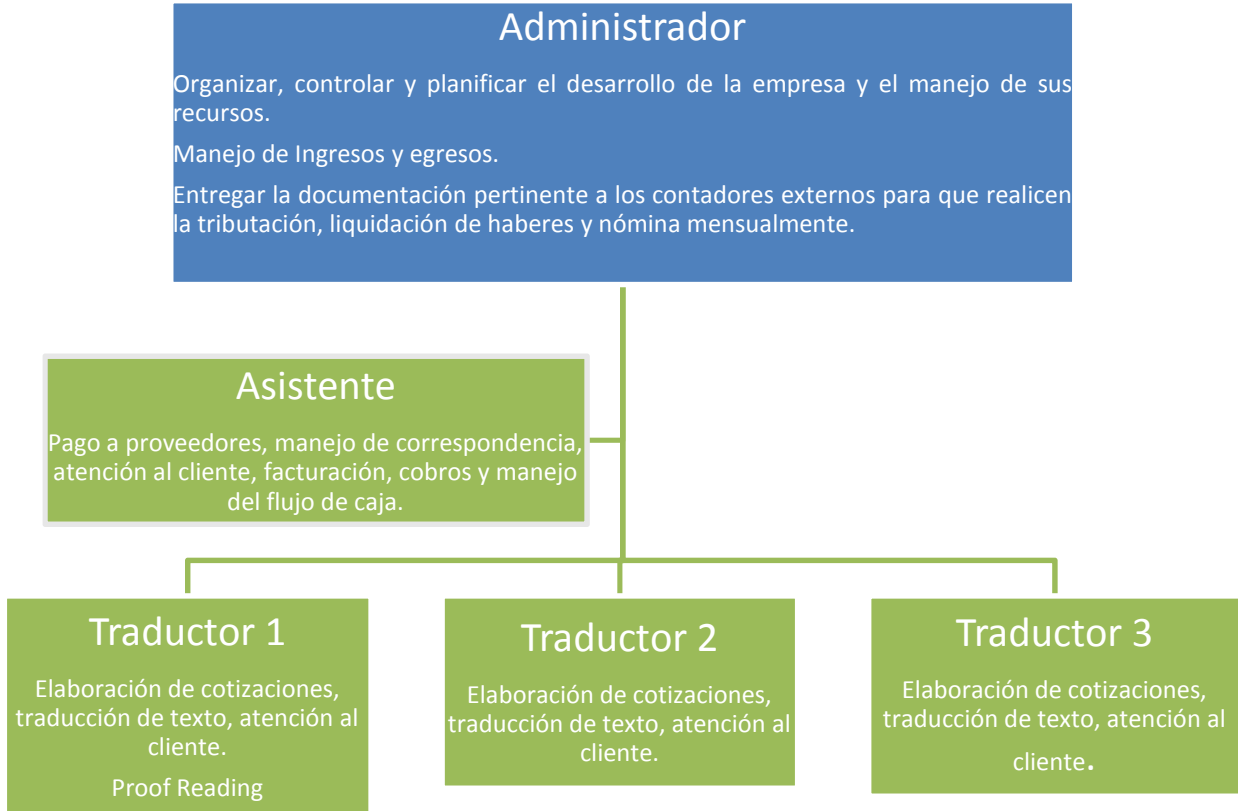
- Leer el material original que se va a traducir y reescribirlo en Inglés.
- Editar y corregir la versión final del documento (Ser riguroso en el manejo

7.4 Estrategia de Reclutamiento y Selección

- Publicación de anuncio en Multitrabajos. Se receptorán hojas de vida por email, referidos o aspirantes voluntarios que hayan dejado sus carpetas previamente en la empresa para ser tomados en cuenta.
- Selección de los candidatos que cumplan con los requerimientos.
- Primera entrevista, evaluación psicológica y prueba de traducción hablada.
- Selección de finalistas y prueba de traducción escrita.

- Contratación del candidato seleccionado (tres meses de prueba, contrato de un año y posterior al año contrato indefinido).

7.5 Organigrama Funcional



La contabilidad de la empresa es llevada por un contador externo a la empresa, a quien el Administrador deberá entregar mensualmente todos los respaldos para que realice la declaración de impuestos y los balances.

7.6 Inducción

El proceso de Inducción es un paso clave que se debe seguir para que el nuevo miembro de la empresa pueda conocer e identificarse como un elemento importante dentro de la organización. Se inicia con el reconocimiento de la misión y visión de la empresa. Los objetivos, tareas, responsabilidades de su cargo, expectativas, obligaciones y derechos.

La presentación con cada miembro de la empresa y las funciones que desempeña cada persona, así como sus grados de responsabilidad y autoridad. Las reglas, políticas y detalles para el desenvolvimiento de sus funciones (horarios, fechas de pago, descuentos, políticas de vacaciones y permisos, etc.)

- **Horario:** Lunes a Viernes 8h30- 17h30 (1 hora de lunch)
- **Alimentación:** Almuerzo por parte de la empresa.
- **Forma de pago:** Depósito directo en cuenta de ahorros los días 30 de cada mes.
- **Permisos:** Previo aviso de 1 día, se debe coordinar con el Administrador.
- **Vacaciones:** 15 días al año.

7.7 Presentación al personal

Administrador

Asistente

Traductor 1

Exclusivamente para los traductores nuevos que son las dos vacantes existentes se realizará una semana de entrenamiento y práctica con el Traductor 1, quien ya tiene experiencia y estará a cargo de enseñar la manera en la que se realizan los trabajos, el uso de los formatos adecuados y sobre todo la buena atención y relación con los clientes.

7.8 Capacitación

La Capacitación es una parte importante tanto para el desarrollo personal de los trabajadores como para lograr un desempeño eficiente dentro de la empresa. Magic Word Translations cubrirá los gastos de capacitación en las áreas que se sean necesarias. El personal recibirá al menos 2 cursos de capacitación al año según las necesidades y proyectos que se presenten.

7.9 Evaluación

Se realizará una evaluación del desempeño semestral, en donde se identificará los puntos en donde se debe mejorar, las áreas de oportunidad y crecimiento, y los logros alcanzados.

El proceso de evaluación lo realizará el Administrador y el Traductor 1, quienes analizarán la manera en la que el personal ha venido desarrollando sus actividades.

Magic Word Translations tiene como objetivo el lograr formar y mantener un grupo de trabajo capacitado, proactivo y motivado, que aporte con nuevas ideas en bien de la empresa. Por lo mencionado anteriormente se premiará anualmente al mejor empleado, se realizará actividades extra laborales para unir al grupo y se mejorará los salarios conforme la empresa siga creciendo.

8 Plan Financiero

Debido a que la empresa Magic Word Translations se encuentra en su etapa de crecimiento y una vez identificado el mercado meta al cual se quiere llegar el cual son los estudiantes que desean realizar sus estudios fuera del país, surge la necesidad de invertir en un **TOTAL EN ACTIVOS FIJOS DE \$ 2509.00**, con los cuales se podrá llevar adelante el proyecto de inversión, MWT (Magic Word Translations), los activos fijos se detallan a continuación:

8.1 Estructura de Costos

Cuadro 20: Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Total USD
Escritorios	2	350.00	750.00
Sillas	2	45.00	90.00
Archivadores	2	32.00	64.00
Total			904.00

Fuente: Investigación

Elaborado: Verónica Vásconez

Cuadro 21: Equipos de Oficina y Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Total USD
Computadoras	2	600.00	1200.00
Impresora Láser	1	285.00	285.00
Teléfonos	2	60.00	120.00
Total			1605.00

Fuente: Investigación

Elaborado: Verónica Vásquez

Cuadro 22: Inversión en Activos Intangibles

Descripción	Valor Total USD
Estudio de Factibilidad	200.00
Total	200.00

Fuente: Investigación

Elaborado: Verónica Vásquez

8.2 Proyección de Ventas

INGRESOS				
ANOS	0	1	2	3
Traductor 1		\$ 23.520,00	\$ 23.990,40	\$ 24.470,21
Total (Traductor 1)		\$ 23.520,00	\$ 23.990,40	\$ 24.470,21
Traductor 2		\$ 23.520,00	\$ 23.990,40	\$ 24.470,21
Total (Traductor 2)		\$ 23.520,00	\$ 23.990,40	\$ 24.470,21
Traductor 3		\$ 23.520,00	\$ 23.990,40	\$ 24.470,21
Total (Traductor 3)		\$ 23.520,00	\$ 23.990,40	\$ 24.470,21
TOTAL INGRESOS		\$ 70.560,00	\$ 71.971,20	\$ 73.410,62
EGRESOS				
ANOS	0	1	2	3
Traductor 1		\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00
Traductor 2		\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Traductor 3		\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Total MOD		\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00
Costo Mantenimiento Edificio		\$ 1.200,00	\$ 1.400,00	\$ 1.600,00
Costo de Mantenimiento Equipos		\$ 200,00	\$ 300,00	\$ 400,00
Otros Gastos		\$ 820,00	\$ 1.000,00	\$ 1.120,00
Costo de Ventas		\$ 19.020,00	\$ 19.500,00	\$ 19.920,00
Gastos Administrativos		\$ 2.116,80	\$ 2.159,14	\$ 2.202,32
Sueldos		\$ 1.700,00	\$ 1.751,00	\$ 1.803,53
Total Gastos Administrativos		\$ 3.816,80	\$ 3.910,14	\$ 4.005,85

Magic Word Translations proyecta una producción de 70 páginas de traducción semanales por cada traductor, el precio por página traducida es \$ 7. El total de Ingresos anuales por traductor de \$ 23.520, el total de ingresos en el primer año es de \$ 70.560,00. Para el cálculo de la producción de los dos siguientes años se toma en cuenta un incremento en el precio del 2% a partir del segundo año. Los costos de Mantenimiento es del 5% sobre los ingresos. Los Gastos Administrativos y Operativos

3% sobre las ventas. El impuesto a la renta y el impuesto a las ganancias de capital es de un 39.00% incluidos la participación de las utilidades a los empleados.

Contratos en:	Hojas Traducidas semanalmente	Precio traducción x página	Total x semana	Total páginas mensual	Ingresos Anuales
Traductor 1	70	\$ 7,00	490	1.960	\$ 23.520,00
Traductor 2	70	\$ 7,00	490	1.960	\$ 23.520,00
Traductor 3	70	\$ 7,00	490	1.960	\$ 23.520,00
Total	210		1.470	5.880	\$ 70.560,00
Total Annual					\$ 70.560,00
Incremento Precio Anual					2%

El total de la inversión es de \$ 2.709,00, la cual será financiada el 70% mediante un préstamo en el Banco de Guayaquil, con un interés del 22,25% el cual es un Microcrédito a 3 años. Se espera recuperar la inversión en tres años.

Inversiones	Precio
Muebles y Enseres	\$ 904,00
Equipos de Oficina, Computación e Intangibles	\$ 1.805,00
Total	\$ 2.709,00

Préstamo	Banco Guayaquil
Tipo	Microcrédito
Monto Préstamo	70%
Tasa	22,25%
Nper	3

Gastos Administrativos y Operativos	
	3%

La forma de pago del servicio de traducción es 60% en efectivo al inicio del trabajo y el 40% a la entrega final del mismo.

	Compras	Ventas
Efectivo	100,00%	60,00%
Crédito	0,00%	40,00%

Los salarios del personal se detallan a continuación (mensual).

Salarios Administrativos	
Administrador	\$ 950,00
Asistente	\$ 400,00
Traductor 1	\$ 600,00
Traductor 2	\$ 400,00
Traductor 3	\$ 400,00
Contador	\$ 350,00
Total	\$ 3.100,00
Incremento Anual	3%

Actualmente la empresa cuenta con una oficina propia, así que no tiene que pagar gastos de arrendamiento, solamente los gastos de mantenimiento del edificio y limpieza, estos gastos se encuentran contemplados dentro de los gastos administrativos.

INVERSIONES

INVERSIONES		Vida Util	Aranceles	Desaduanizacion	Total	Depreciacion	Depreciacion Acumulada	Valor de Salvamento
Muebles y Enseres	\$ 904,00	10	0%	0%	\$ 904,00	\$ 90,40	\$ 542,40	\$ 361,60
Equipos de Oficina, Comp e Intang	\$ 1.805,00	10			\$ 1.805,00	\$ 180,50	\$ 1.083,00	\$ 722,00
Total Inversion					\$ 2.709,00	\$ 270,90	\$ 1.625,40	\$ 1.083,60

VALOR PRESTAMO	\$ 1.896,30
-----------------------	--------------------

Tabla de Amortizacion			
Periodos	Interes	Capital	Total
1	\$421,93	\$510,17	\$932,10
2	\$308,41	\$623,68	\$932,10
3	\$169,65	\$762,45	\$932,10
	\$899,99	\$1.896,30	\$2.796,29

CAPITAL DE TRABAJO				
	0	1	2	3
INGRESOS		\$ 70.560,00	\$ 71.971,20	\$ 73.410,62
Credito Otorgado		\$ 28.224,00	\$ 28.788,48	\$ 29.364,25
A. Acumulado del Credito		\$ 28.224,00	\$ 564,48	\$ 575,77
COMPRAS		\$ -	\$ -	\$ -
Credito Recibido		\$ -	\$ -	\$ -
B. Acumulado del Credito Rec.		\$ -	\$ -	\$ -
C. Caja Minima		\$ 3.528,00	\$ 3.598,56	\$ 3.670,53
CAPITAL DE TRABAJO		(\$31.752,00)	(\$4.163,04)	(\$4.246,30)

8.3 Flujo de Caja, VAN y TIR

CASH FLOW				
	0	1	2	3
INGRESOS		\$ 70.560,00	\$ 71.971,20	\$ 73.410,62
(-) COSTO DE VENTAS		\$ 19.020,00	\$ 19.500,00	\$ 19.920,00
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 51.540,00	\$ 52.471,20	\$ 53.490,62
GASTOS OPERACIONALES				
(-) Gastos Administrativos		\$ 3.816,80	\$ 3.910,14	\$ 4.005,85
(-) Depreciacion		\$ 270,90	\$ 270,90	\$ 270,90
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 47.452,30	\$ 48.290,16	\$ 49.213,88
(-) GASTOS INTERESES		\$421,93	\$308,41	\$169,65
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 47.030,37	\$ 47.981,75	\$ 49.044,23
(-) IMPUESTOS		\$ 18.341,85	\$ 18.712,88	\$ 19.127,25
(=) UTILIDAD NETA		\$ 28.688,53	\$ 29.268,87	\$ 29.916,98
(+) Depreciacion		\$ 270,90	\$ 270,90	\$ 270,90
(-) inversion Inicial				
	\$ (2.709,00)			
(-) Capital de Trabajo	(\$31.752,00)	(\$4.163,04)	(\$4.246,30)	\$0,00
(+) Recuperacion del CT				
(+) Prestamo Bancario	\$ 1.896,30			
(-) Pago capital		(\$510,17)	(\$623,68)	(\$762,45)
(+) Valor de Salvamento				
CASH FLOWS	(\$32.564,70)	\$24.286,22	\$24.669,79	\$29.425,43
		\$ (8.278,48)	\$16.391,30	\$45.816,73

La Utilidad Neta después de impuestos en el tercer año es de 29.916,98, menos la inversión inicial más la recuperación del Capital de Trabajo más el préstamo bancario menos el Pago de Capital, nos dan un Flujo de Caja positivo al final del tercer año de \$ 29.425,43.

Una vez realizado los cálculos respectivos, se obtiene los siguientes resultados:

VAN	\$30.773,28
TIR	58,41%

El valor actual neto (VAN) de la empresa es positivo lo cual nos indica que la riqueza de la empresa aumento con este proyecto de inversión en 30.773,28 con financiamiento respectivamente. En lo que se refiere a la Tasa Interna de Retorno (TIR) los rendimientos futuros esperados de esta inversión son del 58.41% lo que quiere decir cuando el VAN es igual a cero obtengo una mayor rentabilidad en el proyecto comparado con la tasa de descuento inicial del 11.07%. Por lo cual aceptar el proyecto de inversión es factible.

Tasa	Van
0,00%	\$45.816,73
5,00%	\$38.360,05
10,00%	\$32.009,69
15,00%	\$26.555,35
20,00%	\$21.834,22
25,00%	\$17.718,76
30,00%	\$14.107,97
35,00%	\$10.921,06
40,00%	\$8.092,78
45,00%	\$5.570,00
50,00%	\$3.309,11
58,41%	\$0,00
60,00%	(\$565,24)
65,00%	(\$2.233,89)
70,00%	(\$3.753,13)
75,00%	(\$5.140,96)
80,00%	(\$6.412,71)

9 Conclusiones

- Una vez determinado el segmento de mercado y el perfil de nuestro cliente potencial, se realizaron 100 encuestas en donde se obtuvo información sobre la calidad, precio, frecuencia de compra, medios de comunicación del servicio y recomendaciones de los clientes actuales de la empresa.
- La segunda encuesta realizada estuvo enfocada al nuevo servicio de traducción y certificación. Se la desarrollo a un grupo de 40 estudiantes y profesionales con el fin de identificar nuestros objetivos y estrategias a seguir.
- El lugar donde se brindaran estos servicios será en el Norte de la ciudad de Quito, específicamente en el sector de La Carolina, debido a que es donde se encuentra la oficina actual de la empresa y esta se encuentra en un lugar céntrico de la ciudad y a pocas cuadras del Senecyt, en donde se encuentra concentrado una gran parte de nuestro mercado meta.
- Para el adecuado funcionamiento de este servicio será necesario adquirir muebles y enseres, equipos de oficina y computación. Debido a que se procederá a contratar 2 traductores adicionales. El grupo de trabajo estará conformado por un administrador, una asistente bilingüe, 3 traductores y un contador, los cuales podrán satisfacer la demanda estimada de clientes.
- La empresa GOANSA S. A se encuentra actualmente legalmente constituida y cuenta con todos los requerimientos para desarrollar este tipo de servicios.
- Se implemento una nueva planificación estratégica, la misma que está conformada por la misión, visión, objetivos específicos, medidas, metas y medios.

- El proyecto necesitara una inversión inicial de \$2.709,00, la cual será financiada el 70% mediante un préstamo en el Banco de Guayaquil, con un interés del 22,25% (microcrédito) por 3 años. Este préstamo servirá para comprar los activos fijos necesarios para que los traductores contratados puedan desarrollar sus actividades de una manera cómoda y con las herramientas suficientes.
- Los ingresos dependerán de las traducciones realizadas por cada traductor de manera mensual. Se proyecta una producción de 70 páginas por semana a un precio de \$7 por página. El total de ingresos anuales por traductor es de \$23.520 el primer año con un incremento estimado del precio del 2%.
- Los egresos provienen básicamente de los salarios del personal y costos de mantenimiento de equipos y oficina, a los salarios se les estima un incremento anual del 3%.
- La Utilidad Neta después de impuestos en el tercer año es de 29.916,98, menos la inversión inicial más la recuperación del Capital de Trabajo más el préstamo bancario menos el Pago de Capital, nos dan un Flujo de Caja positivo al final del tercer año de \$ 29.425,43.
- El Valor Actual Neto (VAN) calculado es de \$ 30.773,28; cuyo valor es mayor a cero, por lo tanto es factible ejecutar este proyecto.
- La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 58.41% comparada con la Tasa de Descuento Inicial (TMAR) de 11.07%, es mucho mayor, lo que determina que la inversión en el indicado proyecto es rentable.

10 Recomendaciones

- Se recomienda realizar estudios de mercado para otros segmentos que pudieran estar insatisfechos tales como empresas globalizadas que necesiten nuestros servicios de traducción.
- Se recomienda en un futuro formar un grupo de traductores con conocimientos en otros idiomas de demanda en el país. Esto nos permitirá como empresa ser más competitivos y tener una mayor participación de mercado en esta industria.
- Se recomienda contratar una persona que tenga conocimientos en “Proof-Reading” la cual se encargara de dar el visto final de nuestro producto terminado con el fin de entregar a nuestros clientes un producto de calidad y con cero errores ortográficos.
- Se recomienda patentar nuestro logotipo “Magic Word Translations” en el IEPI.
- Se recomienda poner en marcha este plan de negocios, porque según el estudio de mercado realizado existe una demanda insatisfecha y los resultados obtenidos del plan financiero nos indican que es un proyecto rentable.

11 Bibliografía

- Karen Weinberger Villaran (2009), *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*: Perú.
- Ross Westernfiel Jordan (2010), *Fundamentos de Finanzas Corporativas*, Novena Edición: México
- Walker, Orville C., Boyd, Harper W., Mullins, John y Larreche Jean-Claude (2004) *Marketing Estrategico*:Mexico.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos: <http://www.inec.gov.ec/home/>
- Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/>