



UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Grado en Traducción e Interpretación

Trabajo Fin de Grado

**Estudio de emprendimiento sobre
cómo poner en marcha una empresa
de traducción de conformidad con la
norma ISO 17100**

Estudiante: **Almudena Kaiser de la Mota**

Director: Prof. Marcos Aranda Novillo

Madrid, 28 de abril de 2017

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
2. Finalidad, motivos y objetivos del estudio	2
3. Estado de la cuestión y marco teórico	3
3.1 Organización Internacional de Normalización (ISO).....	4
3.2 Comité Europeo de Normalización	5
3.3 Asociación Española de Normalización (UNE)	7
3.4 Necesidad de normalizar los servicios de traducción.....	9
3.5 De la norma EN 15038 a la ISO 17100.....	10
4. Metodología del trabajo.....	16
5. Estudio de emprendimiento	17
5.1 Estudio de mercado	18
5.1.1 Necesidades del mercado.....	19
5.1.2 Cómo competir en precio	22
5.1.2.1 Tarifas para las traducciones generales, especializadas y juradas.....	23
5.1.2.2 Servicios de maquetación y localización de contenidos.....	24
5.1.3 Cómo competir en calidad.....	24
5.1.4 Plan de marketing	26
5.2 Protocolo de puesta en marcha conforme a la norma ISO 17100	31
5.2.1 Recursos humanos	31
5.2.2 Recursos técnicos	33
5.2.3 Otras necesidades	34
5.2.3.1 Internet.....	34
5.2.3.2 Alquiler.....	35
5.2.3.3 Cuenta bancaria	36
5.2.4 Régimen jurídico	37
5.3 Estudio económico: previsión de tesorería.....	40
6. Conclusiones y propuestas	45
7. Referencias	48
8. Anexos.....	50

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente vivimos en un entorno globalizado en el que cada vez tenemos más acceso a distintos países y sus respectivas culturas. Consecuentemente, se han fomentado los entornos multiculturales como experiencias enriquecedoras para conocer el mundo que nos rodea desde distintos puntos de vista. Sin embargo, no podríamos llegar a conocer dichos países y culturas si no fuera por un elemento fundamental: los idiomas. Así pues, a lo largo de los años se ha ido fomentando el aprendizaje de distintas lenguas en la educación en los colegios para poder sacar el máximo provecho a estas experiencias. En gran parte, esto se debe a que han llegado a convertirse en un elemento diferenciador entre las personas a la hora de acceder a un puesto de trabajo. No obstante, al fin y al cabo, son cultura y una forma de enriquecernos, por lo que con su aprendizaje contribuimos a mejorar nuestras habilidades y nuestra formación personal.

Como era de esperar, existe una figura esencial cuyo trabajo reside en acercar a personas que hablan distintos idiomas, siendo esta la del traductor. No podemos decir que es una figura nueva que ha aparecido recientemente, puesto que lleva existiendo desde la aparición de las primeras civilizaciones. Sin embargo, sí podemos afirmar que las técnicas y los métodos han ido evolucionando de la mano del desarrollo tecnológico y la llegada de la globalización.

Es cierto que muchas personas opinan que la figura del traductor terminará por desaparecer y será sustituida por traductores electrónicos o automáticos. Sin embargo, esto no es cierto, puesto que, a día de hoy, es una profesión en auge y en la que hay que tener muchos factores en cuenta, tales como la ironía, el humor, la polisemia de los términos o la propia intención del autor. Así pues, en caso de que existan traductores automáticos o aplicaciones de software especializado, siempre tendrá que haber una persona que supervise el trabajo de estas máquinas, de manera que la profesión del traductor como tal nunca llegará a desaparecer.

Además, igual que el resto de profesiones, la traducción sigue en constante evolución, ya que hay que satisfacer continuamente las necesidades del mercado. Por tanto, hay que buscar nuevos métodos y maneras de acercarse al público y cumplir con sus demandas, así como expandir la profesión y concienciar a la gente sobre la importancia que tiene en la actualidad.

2. FINALIDAD, MOTIVOS Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Muchas personas consideran que sus padres son sus modelos a seguir, y, por supuesto yo me considero una de ellas. Normalmente, cuando llega la hora de elegir carrera y un futuro profesional suele llamar más la atención o generar mayor interés aquello que conocemos de primera mano gracias a nuestros entornos familiares. Por tanto, el hecho de que mi madre se dedicara al mundo de la traducción fue uno de los principales motivos que me llevó a elegir la carrera que he estudiado durante estos últimos cinco años. Desde el primer momento me ha parecido una carrera muy interesante que está a la orden del día en el actual mundo globalizado en el que vivimos, ya que, en los últimos años, los idiomas han adquirido cada vez más una mayor importancia.

Además, gracias a mis padres, y a mi madre en especial, a mis hermanos y a mí nos han educado en un ambiente en el que se aprecian importantes valores como el compromiso, el esfuerzo y la audacia. De ella hemos aprendido la importancia del emprendimiento, puesto que es una mujer exitosa y profesional que lleva dirigiendo su propia empresa desde hace más de 15 años. También nos ha enseñado que es fundamental llevar a la práctica nuestras ideas y proyectos por muy difícil que parezca. Sin embargo, como en otros proyectos, en la empresa de mi madre ha habido momentos buenos y momentos malos, pero lo más importante es que nunca ha dejado de hacer lo que le gustaba. Además, el crear su propia empresa y dirigirla desde casa, permitió que pudiera compaginar su vida profesional con su vida familiar, haciendo que su idea pareciera incluso más llamativa.

Así pues, nuevamente decidí seguir sus pasos y utilizar su experiencia a la hora de centrar el tema sobre este trabajo. Todos los elementos que he mencionado anteriormente han hecho que quisiera poner en práctica sus consejos a la hora de desarrollar mi vida profesional. Por ello, considero que este trabajo es el primer paso hacia una experiencia paralela entre ambas, ya que el objetivo reside en elaborar un estudio de emprendimiento sobre cómo crear desde cero una empresa de traducción.

Teniendo en cuenta que poner en marcha un negocio es una tarea bastante complicada, lo más conveniente es realizar un plan de emprendimiento que se pueda llevar a cabo junto con dos socios, siendo éstos dos compañeros de universidad, ya que tenemos los mismos conocimientos sobre el sector de la traducción y cada uno puede

aportar diferentes cualidades al negocio. Además, tras haber investigado un poco sobre el sector, este proyecto serviría para ponerlo en práctica dos años después de haber finalizado nuestros estudios universitarios, ya que hay una serie de conocimientos adicionales que debemos adquirir para adecuarnos a las necesidades del mercado y conseguir que nuestra empresa funcione correctamente. Por lo tanto, debemos tener en cuenta que este proyecto está ambientado en un futuro, cuando hayamos adquirido la cualificación necesaria para poner en marcha nuestro proyecto empresarial.

Para poder elaborar dicho plan, primero comenzaremos con una explicación sobre las distintas organizaciones normalizadoras que existen actualmente, partiendo desde el nivel mundial hasta llegar al nacional, pasando por el nivel regional. Además, analizaremos la evolución de las normas para los servicios de traducción, por lo que aplicaremos nuestro plan de emprendimiento a la norma ISO 17100. A continuación, elaboraremos un estudio de mercado teniendo en cuenta factores como las necesidades del sector, el precio y la calidad para aplicarlo a la creación de nuestra propia empresa de traducción. Finalmente, concluiremos sobre la viabilidad de poner en marcha este plan a partir de los elementos mencionados a lo largo del trabajo.

Como he mencionado anteriormente, mi madre ha influido notablemente en las elecciones que he ido realizando en los últimos años, siendo, en mi opinión, la referida a este tema la más importante, de manera que me gustaría llegar a un plan de emprendimiento viable para aplicarlo en un futuro y seguir sus pasos una vez más.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO

Cualquier producto que compremos o servicio que utilicemos está regulado por alguna norma internacional, de manera que aseguran que su uso es seguro y fiable, puesto nos permiten vivir de manera más fácil, cómoda y eficiente. Según la Asociación Española de Normalización, “una norma es un documento técnico de aplicación voluntaria, fruto del consenso, basado en los resultados de la experiencia y del desarrollo tecnológico y aprobado por un organismo de normalización reconocido” (AENOR, 2016).

Por tanto, como es de esperar, los servicios de traducción entran dentro de las actividades y los servicios regulados, aunque su normalización es un fenómeno bastante

reciente. Las normas que los regulan proceden de diversas organizaciones de normalización que las han creado tras complejos procesos de elaboración. Por ello, es especialmente importante analizar tanto dichas organizaciones como las normas que han creado para poder comprender el marco teórico que rodea a los servicios de traducción. Así pues, empezaremos analizando la Organización Internacional de Normalización, después el Comité Europeo de Normalización y concluiremos con la Asociación Española de Normalización, más conocida como UNE. Asimismo, también analizaremos la necesidad de que se elaboraran estas normas, así como la transición de la norma EN 15038 hacia la ISO 17100, que es la que está actualmente en vigencia.

3.1 ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE NORMALIZACIÓN (ISO)

Esta organización fue creada en 1964 en el Instituto de Ingenieros Civiles de Londres gracias a la participación de delegados de 25 países que tenían el objetivo de crear una organización internacional que “facilitara la coordinación internacional y la unificación de estándares industriales” (ISO, 2016). Al ser un organismo internacional, su nombre en inglés es *International Organization for Standardization*, pero si se hubiera traducido a los distintos idiomas de sus miembros, el acrónimo hubiera cambiado también. De esta manera, se decidió utilizar la palabra griega *isos* que significa igual para denominar a la organización ISO y con ello conseguir que fuera igual en todos los países y no hubiera confusiones. Así pues, a pesar de que en España el organismo tenga traducción, se le conoce generalmente por ISO y, una muestra de ello, es que todas las normas que crea incluyen ese nombre (ISO, 2016).

Actualmente, se trata de una organización no gubernamental independiente que cuenta con la participación de 161 miembros, entre los que se diferencian miembros de pleno derecho, observadores y suscriptores. Su primera norma se publicó en 1951 pero, a lo largo de los años, ha evolucionado e incrementado su campo de actuación, por lo que ha conseguido publicar más de 21 000 normas desde entonces. Gracias a ello, ha pasado de ser un organismo únicamente dedicado a los estándares industriales a cubrir distintos ámbitos como el desarrollo sostenible y el cambio climático o los servicios (ISO, 2016).

Para poder desarrollar las normas, esta organización tiene una estructura muy definida que consta de distintas instituciones. En primer lugar, la Asamblea General, que es la máxima autoridad de la organización. Se reúne una vez al año para decidir los objetivos estratégicos y está compuesta por los 161 miembros, junto con los directivos

más importantes. Por otra parte, una Secretaría Central que coordina el sistema global y realiza operaciones diarias. Sus actividades están dirigidas por el Secretario General. También existe un Consejo, que se reúne dos veces al año y se dedica a los temas de gobernanza de la organización. Los miembros que forman parte de este consejo rotan habitualmente para asegurar que todos los países están representados. Finalmente, nos encontramos con el Consejo de Gestión Técnica que se dedica a gestionar los Comités Técnicos, cuya tarea consiste en desarrollar las normas. Estos comités están formados por paneles de expertos que incluyen expertos en la materia, así como representantes de empresas, de distintos gobiernos o académicos. La variedad de expertos se debe a que las normas influyen a distintos ámbitos, por lo que es fundamental contar con la opinión de todas las personas a las que les afecta la creación de nuevas normas. Actualmente existen alrededor de 250 Comités Técnicos (ISO, 2016).

Al fin y al cabo, todas estas instituciones se encargan en conjunto de que se desarrollen y publiquen nuevas normas que regulen los distintos campos de actuación del organismo. Los Comités Técnicos son los que toman la iniciativa en el proceso de elaborar una norma. Para ello, se propone la creación de una norma que satisfaga las necesidades del mercado al comité específico encargado de un área determinada. Si se acepta la propuesta, el panel de expertos se reúne para discutir y elaborar un borrador que más tarde tendrá que aceptar la Secretaría Central. Si se acepta el borrador, se comparte con los miembros de pleno derecho para que voten, ya que son los únicos que tienen capacidad de decidir sobre las normas. Finalmente, si el voto es favorable, la norma se aprueba y se envía al resto de miembros de la organización (ISO, 2016).

Como podemos comprobar, este proceso es muy complejo, puesto que se incluyen variedad de opiniones que pretenden influir en el borrador final de la norma. Lo más importante es que las normas necesitan el consenso de todos los miembros de la organización, de manera que hasta que no haya una gran mayoría que acepte la norma se pueden seguir haciendo comentarios y cambios sobre la misma. Por tanto, al fin y al cabo, la variedad de expertos que elaboran las normas ofrecen sus puntos de vista para que las normas sean lo más inclusivas posible.

3.2 COMITÉ EUROPEO DE NORMALIZACIÓN

Se trata de una organización privada sin ánimo de lucro creada en 1961 que reúne a los organismos nacionales de normalización de 34 países europeos, es decir, todos los

Estados miembro de la Unión Europea, junto con otros países que forman parte del Mercado único. Esta asociación forma parte de las Organizaciones Europeas de Normalización junto con el Comité Europeo de Normalización Electrotécnica (CENELEC, por sus siglas en francés) y el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones (ETSI, por sus siglas en inglés). Las tres organizaciones llevan trabajando con la Comisión Europea desde 1984 y han sido reconocidas por la Unión Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio como las encargadas de desarrollar y definir las normas a nivel europeo (CEN, 2016).

Igual que en el caso de ISO, el ámbito de actuación es muy amplio, puesto que incluye sectores como la defensa y la seguridad o los productos químicos. Es una organización que apoya la normalización internacional, de manera que coopera con ISO para que las normas que elabore sean muy parecidas y válidas internacionalmente. Así pues, el objetivo que busca esta organización es que las normas sean de gran calidad y que incorporen requisitos de seguridad, interoperabilidad y accesibilidad (CEN, 2016).

Como se trata de una organización regional centrada en Europa, otro de sus objetivos es ayudar a desarrollar y consolidar el Mercado común, ya que busca facilitar el comercio entre los distintos miembros de la Unión Europea, sobre todo, aunque también con terceros países. Así pues, las normas europeas que elabora sirven a su vez para complementar las políticas europeas y nacionales, de manera que facilitan que los individuos y las empresas respeten la legislación europea. En este sentido, aproximadamente el 30 % de las normas que elabora provienen de solicitudes de la Comisión Europea ya que se crean para permitir que las empresas puedan asegurar que sus productos cumplen con los requisitos establecidos en la legislación europea. Consecuentemente, todos los países que formen parte de esta organización están obligados a adoptar las normas como si fueran normas nacionales y así permitir que los consumidores puedan exigirlos. Además, si en alguno de los países que forma parte de esta organización existe alguna norma nacional que difiera con una de las normas europeas, la nacional debe retirarse para que entre en vigor la europea. Sin embargo, para las empresas nacionales no es obligatorio adoptar las normas producidas por este organismo, ya que son de carácter voluntario (CEN, 2016).

Al igual que ISO, el Comité Europeo tiene una estructura definida que se encarga de elaborar las normas. Por una parte, está el Consejo Técnico, que dirige el proceso de

elaboración de normas, así como los Comités Técnicos. En general, los miembros de los distintos comités son expertos en la materia procedentes de los distintos organismos o entidades interesadas en que se cree la norma. Estos comités son los que se encargan de producir las normas cuando uno de los Estados miembro hace una propuesta. Si el comité correspondiente acepta la propuesta, se paralizan las actividades paralelas que pueda estar llevando a cabo para centrar sus esfuerzos en elaborar un borrador de la nueva norma. Tras realizar un borrador, se envía a los países para que hagan sus comentarios y someterlo a voto. Si hay una mayoría de países que votan a favor de la norma, el Consejo Técnico revisará el borrador para decidir si se puede publicar la norma. Como ya hemos mencionado anteriormente, una vez que se aprueba la norma, se le da la condición de norma nacional, por lo que todos los países están obligados a implementarlas. Transcurridos cinco años desde la publicación de la norma, se revisa para ver si es necesaria una modificación, si sigue siendo válida o si debe retirarse (CEN, 2016).

Como vemos, este proceso es muy similar al de ISO, aunque el hecho de que se revisen las normas cada cinco años es muy llamativo, puesto que hay una continua actualización para satisfacer en todo momento las necesidades del mercado. Además, ambos organismos trabajan conjuntamente, lo que hace que las normas aprobadas sean muy similares y haya coherencia en el marco internacional.

3.3 ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN (UNE)

Finalmente, este organismo es el que se encarga de la normalización a nivel nacional. Se creó en 1986 bajo el nombre de Asociación Española de Normalización y Certificación, sustituyendo al Instituto de Racionalización y Normalización (IRANOR) creado en 1945, puesto que la sociedad española empezó a ser consciente de la necesidad de crear un nuevo organismo similar a los del resto de países europeos. Con su aparición en 1986 se crearon 24 comités técnicos y se adoptaron las normas que ya habían sido elaboradas por IRANOR. Un año después, este organismo pasó a representar a España en los organismos europeos e internacionales mencionados anteriormente (AENOR, 2016).

Cada comité técnico se centra en una actividad distinta, de manera que los primeros comités se dedicaban a actividades básicas y con el paso de los años se fueron creando nuevos comités para abarcar un mayor número de ámbitos. Actualmente, AENOR cuenta con 70 comités técnicos, de manera que sus actividades incluyen

numerosos ámbitos como el medio ambiente o las organizaciones de servicios (AENOR, 2016).

No obstante, a principios de este año las actividades desarrolladas se distribuyeron entre dos organizaciones. Por una parte, la Asociación Española de Normalización pasó a llamarse UNE, y se dedica a desarrollar la normalización. Por otra parte, AENOR pasó a ser una entidad mercantil que se dedica a otros ámbitos como la evaluación de la conformidad, la formación o la venta de publicaciones (AENOR, 2016).

Igual que en las organizaciones que hemos analizado previamente, en UNE son los Comités Técnicos los que se encargan de elaborar las normas. Una vez más, están compuestos por todas las partes interesadas en que se redacte una norma, de manera que pueden emitir sus opiniones sobre lo que debe incluir y regular la nueva norma. Los comités están constituidos por un presidente, una secretaría técnica y una serie de vocales. Como bien establece UNE,

El proceso de elaboración de una norma UNE requiere de una serie de fases que permiten asegurar que el documento final es fruto de consenso, y que cualquier persona, aunque no pertenezca al órgano de trabajo que la elabora, puede emitir sus opiniones o comentarios. Antes de su aprobación, el Boletín Oficial del Estado (BOE) publica la relación mensual de proyectos UNE sometidos a un periodo de Información Pública, durante el cual cualquier persona o entidad interesada podrá presentar observaciones. Una vez analizados los comentarios recibidos en esta fase, el comité redactará el texto final, que será aprobado finalmente y publicado como norma UNE por AENOR (AENOR, 2016, pág. 3).

En el proceso de elaboración de una norma es necesario que, como mínimo, el 70 % de los miembros de los comités técnicos voten a favor de las normas para que puedan ser aprobadas (Valenciano y Arevalillo, 2016).

Actualmente, el Comité Técnico de Normalización 174 es el que se encarga de debatir sobre las normas que regulan los servicios de traducción. Este comité está formado por 23 miembros: 6 empresas de traducción; 2 empresas que no son estrictamente de traducción; 2 asociaciones de empresas de traducción; 4 asociaciones de traductores, intérpretes y correctores; 8 catedráticas a título individual, junto con representación oficial de universidades y 1 representación del comité de normalización de terminología.

Por tanto, hay una representación muy amplia en el comité de todos los intereses del sector (Valenciano y Arevalillo, 2016).

3.4 NECESIDAD DE NORMALIZAR LOS SERVICIOS DE TRADUCCIÓN

Considerando que este trabajo gira en torno a los servicios de traducción, nos interesa el ámbito de la normalización de los servicios, cuyo objetivo radica en reducir costes minimizando las pérdidas y los errores para aumentar la productividad (ISO, 2016). Al fin y al cabo, la normalización de los servicios hace referencia a una serie de procedimientos que permiten garantizar una buena calidad de dicho servicio (Valenciano y Arevalillo, 2016). Por ello, el objetivo de este epígrafe consiste en analizar la importancia de que se desarrollaran una serie de normas que regularan los servicios de traducción.

En primer lugar, la necesidad más importante de que se normalizaran los servicios de traducción era conseguir una unificación entre los distintos países, ya que existen muchas diferencias entre ellos. Por ejemplo, hay países en los que no existe un grado en traducción, de manera que era necesario establecer unos requisitos mínimos para que las empresas de traducción pudieran certificar que trabajaban con profesionales de la traducción. Además, con ello se consigue acabar con el intrusismo, ya que, a pesar de que dichas personas no hayan estudiado una carrera de traducción, sí cumplen una serie de requisitos, de manera que están preparadas profesionalmente para ejercer esta profesión. Al fin y al cabo, esta norma no dice cómo se debe traducir, simplemente considera que una persona es válida para traducir (Valenciano y Arevalillo, 2016).

Asimismo, la existencia de las normas es la ocasión perfecta para unificar, a su vez, las normas nacionales de los distintos países, ya que antes de la publicación de la norma EN-15038 había muchos países con normas propias que regulaban los servicios de traducción. Así pues, las nuevas normas suponen una referencia central e internacional para todos los países del mundo, de manera que permiten una coherencia en los procesos que se llevan a cabo en todos ellos (Arevalillo, 2006, pág. 108).

Las normas son voluntarias, pero puede haber normas que sean de obligado cumplimiento por una directiva europea o una normativa nacional, sobre todo en sectores relacionados con la seguridad de las personas. Sin embargo, este no es el caso de los servicios de traducción. Por tanto, a pesar de no ser obligatorio, muchas empresas

consideran que es bueno estar certificado por la norma europea, ya que supone una garantía de calidad y asegura un funcionamiento interno coherente con unos procedimientos que han sido certificados por una auditoría externa. Además, esta certificación demuestra cierta capacidad de organización y seriedad a la hora de trabajar. En este sentido, existen muchas empresas que obligan a todos sus proveedores a estar certificados en el sector al que corresponden. En definitiva, el hecho de estar certificado por esta norma incluso llega a ser una ventaja competitiva, puesto que es una manera de conseguir más clientes y, por tanto, de aumentar los beneficios económicos (Valenciano y Arevalillo, 2016).

Además, también es una manera de dar prestigio a la profesión. Hay mucho interés dentro del sector de la traducción en que se elaboren normas para regular la profesión y ponerse a la altura de otros servicios, de manera que todo el proceso de creación de las normas EN 15038 e ISO 17100 surge de la necesidad de dotar de prestigio a los traductores. Al fin y al cabo, las normas son códigos de buenas maneras, por lo que son muy beneficiosas porque sirven para mejorar el funcionamiento del sector (Valenciano y Arevalillo, 2016).

Y, sobre todo, una de las necesidades fundamentales de que se normalizaran los servicios de traducción era para dar a conocer la profesión y explicar en qué consistía realmente. Existe mucha gente en la actualidad que no sabe qué son exactamente los servicios de traducción, de manera que la creación de estas normas es un modo de divulgar la profesión (Gómez Sánchez, 2004).

3.5 DE LA NORMA EN 15038 A LA ISO 17100

En el año 2000, la Unión Europea de Asociaciones de Empresas de Traducción (EUATC, por sus siglas en inglés) propuso la creación de un código interno ético y de buenas prácticas que obligara a todas las empresas o asociaciones nacionales miembro a firmarlo. Fue una buena iniciativa que desembocó en la propuesta de crear un código de mayor cobertura que se pudiera adoptar en el sector entero. Consecuentemente, la organización se puso en contacto con el Comité Europeo de Normalización para proponer que desarrollara la idea y lo aceptó, de manera que se puso en marcha la creación de la futura norma EN 15038. En ese momento, todos los organismos de normalización nacionales crearon los comités técnicos de normalización, el 174 en el caso de España. Las asociaciones de traducción españolas de aquel momento financiaron el comité para

que pudiera empezar a trabajar y se creó una estructura en la que se incluían empresas y asociaciones de traducción, traductores independientes, universidades y profesores, entre otros. Como ya hemos mencionado anteriormente, en este comité se discuten las posibles propuestas y al final se lleva a cabo una votación, de manera que en aquel momento el comité español llegó a una conclusión sobre la futura norma. El resto de comités de otros países actuaron de la misma manera y, al final, cada país mandó a dos representantes del comité para que se reunieran en el marco del CEN con el objetivo de discutir las diferentes propuestas. Tras cinco años de discusiones y puestas en común de los puntos de vista de los distintos países, finalmente la norma EN 15038 se publicó el 17 de mayo de 2006, entrando en vigor el 1 de agosto del mismo año (Valenciano y Arevalillo, 2016).

Al ser una norma europea, los países miembro tuvieron que adoptarla como norma nacional, por lo que en cada país se publicó de distinta manera. En España se publicó como UNE-EN 15038, en Reino Unido como BS EN 15038 y en Francia como NF X50-670. No obstante, a pesar de los distintos nombres de publicación, la norma seguía siendo la misma, y, en el caso de países que no tuvieran el inglés, francés o alemán como idioma nacional la única diferencia es que estaba traducida.

Esta norma está centrada únicamente en los servicios de traducción, por lo que se deja fuera a los servicios de interpretación. En un primer momento se pensó en incluir la interpretación, pero se vio que podía complicar mucho el proceso, por lo que se optó por centrarla en la traducción. No obstante, los comités de normalización centrados en la interpretación están trabajando desde hace varios años en crear una norma que regule dichos servicios. Así pues, este sector también se beneficiará en un futuro, esperemos que no muy lejano, de las ventajas que supone la existencia de normas internacionales que lo regulen.

Como hemos mencionado anteriormente, el comité que creó la norma estaba formado por especialistas en la profesión, de manera que la norma estaba diseñada para satisfacer las necesidades de los servicios de traducción. Mientras que las normas ISO, en general, ofrecen unas directrices generales que cada sector amolda a sus necesidades, la norma EN 15038 ofrecía unas directrices específicas que debían seguir las empresas que quisieran certificarse en virtud de la misma (Arevalillo, 2005). Por tanto, los especialistas que la crearon utilizaron su experiencia en el sector para proponer una norma que satisficiera sus necesidades y cubriera posibles vacíos.

En el primer apartado de la norma, se establece que el objetivo de la misma:

...consiste en establecer y definir los requisitos para la prestación de un servicio de calidad por parte de los proveedores de servicios de traducción. Esta norma europea especifica los requisitos para el proveedor de servicios de traducción (PST) respecto a los recursos humanos y técnicos, la gestión de la calidad y de proyectos, el marco contractual y los procedimientos del servicio (AENOR, 2006).

Por tanto, se hace referencia desde un primer momento a que es una norma orientada al proceso, y no al producto (Cepero, Encuentra, Gracia, Masó y Mateos, 2009, pág. 3).

A pesar de que esta norma fuera europea, hubo gran cantidad de empresas de otros países que se certificaron por ella. España fue el país con mayor número de empresas certificadas por esta norma, pero se difundió por los sectores de diversos países. Gracias a la aceptación de la norma EN 15038 en todo el mundo, se decidió dar un paso más, de manera que ISO tomó la iniciativa y la actualizó y elevó al nivel internacional con la creación de la norma ISO 17100. En este caso, fue el comité ISO/CT 37 el que desarrolló la norma, ya que el comité 174 pertenecía a AENOR. Al partir de la norma europea, la elaboración de la nueva norma fue mucho más sencilla, ya que se introdujeron muy pocos cambios (Valenciano y Arevalillo, 2016).

Consecuentemente, la norma EN 15038 quedó anulada, de manera que, a partir de noviembre de 2015, momento de su publicación, los proveedores de servicios de traducción debían certificarse por la norma ISO. Por tanto, a continuación explicaremos las modificaciones que se han introducido, ya que son de especial importancia por haber conseguido que los requisitos de los servicios de traducción sean mucho más completos.

La introducción sobre la nueva norma viene a decir lo mismo que la europea, aunque con otras palabras, pero, al fin y al cabo, en ella se especifica que los requisitos mencionados se centran en el proceso y no en el producto. Sin embargo, acto seguido hay una aclaración sobre el uso de los verbos auxiliares en la norma que llama mucho la atención, puesto que no aparecía en la norma anterior. El objetivo de esta aclaración consiste en explicar qué partes son de obligado cumplimiento y cuáles son meras recomendaciones, ya que se hace una distinción entre los tiempos verbales “debe” y “debería”. Asimismo, también se hace una distinción sobre las posibles interpretaciones

del tiempo verbal “puede”, ya que en algunos casos hace referencia a la permisibilidad, mientras que en otros a la posibilidad.

Igual que en la norma EN 15038, la norma ISO también ofrece una selección de términos específicos sobre el sector junto con la correspondiente definición. La diferencia es que en la norma europea aparecían únicamente 19 términos, mientras que en la norma ISO aparecen 42 términos. Además, la mejora que se incluye en la norma ISO es que estos términos están ordenados por apartados, de manera que se diferencian los conceptos relacionados con la traducción y los servicios de traducción, los relacionados con el flujo de trabajo y tecnología de traducción, los relacionados con lenguas y contenidos, los relacionados con las personas involucradas en los servicios de traducción y los relacionados con el control del proceso de servicios de traducción. Gracias a esta diferenciación, aparecen nuevos términos o conceptos tales como “registro lingüístico”, “gestor de proyectos” o “corrección”, de manera que, al abarcar tantos apartados, resulta una contextualización mucho más completa. Asimismo, aparece una diferenciación entre el proveedor de servicios de traducción y el proveedor de servicios lingüísticos, siendo esta última la “persona u organización que presta servicios relacionados con las lenguas” (ISO, 2015), lo cual también es una mejora respecto a la norma europea, ya que no se especificaba el papel de esta figura.

El siguiente apartado hace referencia a los recursos necesarios, entre los que lógicamente están los humanos. Por una parte, se hace referencia a las competencias necesarias para traducir, habiéndose añadido la competencia de dominio, que se define como “capacidad para comprender contenido en la lengua de origen y para reproducirlo en la de destino mediante un estilo y una terminología adecuados” (ISO,2015). Por otra parte, igual que en la norma europea, en la norma ISO también se hace referencia a los criterios necesarios que puedan probar que una persona es apta para ejercer la profesión de traductor. No obstante, aparecen dos modificaciones importantes: en vez de “titulación de estudios superiores de traducción” aparece “cualificación reconocida de graduado” y en los 5 años de experiencia se introduce que debe ser “a tiempo completo”. Así pues, la nueva versión incluye 3 notas explicativas para aclarar posibles malentendidos o aplicaciones. La primera hace referencia a la distinta manera de denominar a los grados de traducción en los distintos países. La segunda se centra en especificar a qué hace referencia el término “graduado”, ya que los sistemas educativos varían de un país a otro y, consecuentemente, también lo hacen sus titulaciones. Finalmente, la tercera nota

especifica que puede ser un trabajo a tiempo completo o equivalente. Esto se debe a que durante las reuniones centradas en elaborar el borrador de la norma hubo controversia, ya que también existen trabajos a tiempo parcial, por lo que no se quería entrar en conflicto con ellos. Así pues, la empresa que está contratando a la persona es la que establece cuál es el tiempo equivalente que acepta para que la persona pueda trabajar con ellos (Valenciano y Arevalillo, 2016).

En definitiva, el hecho de que se establezcan los criterios necesarios para que una persona pueda probar que posee las competencias necesarias para traducir consigue unificar los servicios de traducción a nivel mundial, ya que, como hemos mencionado en epígrafes previos, existen países en los que no hay una carrera universitaria sobre traducción, de manera que con esto se consigue que haya cohesión.

Además, en el apartado de las competencias también se mencionan las competencias de otros componentes del proceso, pero la diferencia respecto a la norma europea de 2006 es que se han añadido las competencias de los gestores de proyectos de traducción. Asimismo, el apartado “desarrollo profesional continuo” se ha cambiado por uno nuevo llamado “registro del mantenimiento y actualización regulares de las competencias requeridas”. Aunque no existe diferencia respecto al objetivo final del apartado, en la norma ISO sí que se desarrolla más, mencionando que todos los componentes del proceso de traducción deben llevarlo a cabo con regularidad y que el PST debe encargarse de registrarlos.

Aparte de los recursos humanos, también existe una especial mención a los recursos técnicos. Se ha añadido un apartado muy importante respecto a la norma europea, ya que se obliga al PST a disponer de “herramientas de tecnología de la traducción, sistemas de gestión de la traducción, sistemas de gestión terminológica y otros sistemas para la gestión de recursos lingüísticos relacionados con la traducción” (ISO, 2015). Mientras que la norma de 2006 hacía únicamente mención al equipamiento necesario o al acceso a fuentes de documentación, en este apartado de la norma ISO se muestra la inserción de las nuevas tecnologías en el sector de la traducción. Hay infinidad de opiniones sobre el uso de herramientas de traducción, aunque generalmente son positivas, ya que la mayoría de las personas argumentan que ofrecen una mayor productividad y aceleran el proceso de traducción. Por el contrario, hay otras personas que opinan que son herramientas muy caras y que su uso no implica un avance en el sector. No obstante, el

hecho de que la organización internacional sobre internacionalización, a través de la nueva norma, obligue a los PST a disponer de dichas herramientas para que puedan certificarse por ella es una clara muestra de que su uso es beneficioso y recomendable para ofrecer unos servicios de traducción de calidad. Por tanto, la actualización de esta norma nos lleva a afirmar que el sector de la traducción está al día en el mundo tecnológico del siglo XXI en el que vivimos.

A continuación, otro de los cambios más llamativos que se han introducido es que se diferencian tres apartados para cada parte del proceso: procesos y actividades de preproducción, procesos de traducción y procesos de posproducción. Esto no ocurría en la norma europea, puesto que se incluían los tres procesos en un apartado mucho más amplio llamado “procedimientos en los servicios de traducción”. La ventaja de dedicar apartados distintos para cada proceso es que se pueden desglosar las distintas actividades englobadas en cada uno de ellos. Esto, a su vez, también es importante porque es una manera de conseguir que se identifiquen nuevos elementos significativos que intervienen en dichos procesos. Por ejemplo, a pesar de que en la norma europea se incluyera un apartado para la gestión de proyectos de traducción, el nuevo apartado de la norma ISO dedicado a la gestión, que está incluido en el proceso de producción, incluye una serie de mejoras, a la vez que incluye nuevos puntos que el gestor debe cubrir. En este sentido, la nueva norma exige la existencia de la figura del gestor, así como que haya uno distinto para cada proyecto. Este punto es esencial, ya que, al fin y al cabo, el gestor es el que se encarga de que se cumplan todos los aspectos del proceso de producción; sus tareas incluyen asignar al traductor o al revisor, así como vigilar que se cumplan los plazos establecidos o garantizar que se cumplen los requisitos del cliente.

Finalmente, la última mejora respecto a la norma de 2005 tiene que ver con los anexos que se incluyen al final, puesto que en la ISO aparecen seis anexos informativos, mientras que en la europea solo se incluían cinco. El único que se ha mantenido igual ha sido el de la lista no exhaustiva de servicios de valor añadido, ya que se incluyen otros nuevos como un flujo de trabajo de traducción de la norma ISO 17100 en el que se explica el funcionamiento de la misma, u otros que hacen referencia a las tareas de preproducción o a las tecnologías de la traducción.

Cabe destacar que tanto la norma europea como la ISO están diseñadas para que el traductor no pueda obtener la certificación a título individual, de manera que solo

podría considerarse certificado por la misma si trabaja para una empresa o agencia que haya sido previamente certificada por ella (Cepero et al., 2009, pág. 4). Así pues, con la creación de estas normas se fomenta la existencia de empresas o agencias dedicadas a la traducción, lo que ha llevado a que los autónomos no la recibieran bien. Esto se debe a que, según lo que establecen las normas, los procedimientos que se explican en ellas son los únicos que aseguran unos servicios de traducción de calidad, de manera que los autónomos quedan en un segundo plano. Consecuentemente, se está buscando una manera de conciliar las actividades de los autónomos y las empresas de traducción, puesto que ambas son igual de válidas y los autónomos merecen el mismo reconocimiento.

Como conclusión general, es importante mencionar que uno de los objetivos de que se creara esta norma era poder elaborar un proceso general sobre los servicios de traducción que asegurara la calidad. No obstante, dado que es muy difícil medir la calidad, muchos de los proveedores de servicios de traducción se certificaron también por la norma ISO 9001 para complementar a la norma ISO 17100, ya que el objetivo de la primera consiste en implantar un sistema de gestión de calidad. Así pues, estas empresas han conseguido posicionarse en el exigente mercado actual al estar certificadas por ambas normas. Asimismo, han conseguido extender y mejorar la calidad de los servicios que ofrecen y, por tanto, mejorar su productividad.

4. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

El objetivo de este trabajo, como bien hemos mencionado anteriormente, es realizar un estudio de emprendimiento sobre cómo montar una empresa de traducción de conformidad con la norma ISO 17100. Por tanto, para poder realizarlo, partimos de una descripción general de los servicios de traducción en la primera parte, para centrarnos a continuación en un estudio más específico sobre cómo montar una empresa desde cero.

En primer lugar, se ha realizado una descripción del marco teórico y del estado de la cuestión sobre los servicios de traducción para contextualizar dichos servicios y conocer de primera mano cuáles son las normas que regulan este sector, así como la necesidad de que surgieran las mismas. A continuación se llevará a cabo el estudio de emprendimiento para montar la empresa. Este estudio se dividirá en tres apartados: el primero centrado en un estudio de mercado para conocer de primera mano las necesidades del sector, el segundo dedicado a los elementos necesarios para poner en marcha dicha

empresa y el tercero centrado en elaborar un estudio económico para conocer las necesidades económicas del proyecto. Finalmente, gracias a este estudio, llegaremos a las conclusiones sobre la viabilidad o no de montar una empresa desde cero de conformidad con la norma ISO 17100.

Dado que la mayor parte de este trabajo se trata de un plan de emprendimiento, somos conscientes de que nuestras fuentes de información serán bastante escasas. En la primera parte del trabajo hemos tenido mayor facilidad para recopilar información, puesto que existen muchos artículos e incluso vídeos que analizan las normas que regulan los servicios de traducción y los respectivos organismos nacionales e internacionales que las han creado. No obstante, para la segunda parte prevemos que no dispondremos de tanta información de apoyo, ya que, al fin y al cabo, se trata de poner en práctica nuestra idea de negocio. Si bien es cierto que existen infinidad de libros, manuales o artículos que explican las claves para montar un negocio desde cero, es muy difícil encontrar semejantes fuentes de información aplicadas al sector de la traducción. Además, partimos de la base de que tenemos que aplicar los criterios explicados en la norma ISO 17100, de manera que utilizaremos algunos de los documentos específicos como base, pero nuestro estudio será más independiente a medida que nos vayamos centrando en los apartados más específicos. Por otro lado, también recurriremos a la experiencia de empresas de traducción actualmente en funcionamiento para determinados puntos, por lo que la información sobre el mercado actual hará que nuestro estudio sea más realista y esté mejor adecuado a las necesidades actuales del mercado.

Por tanto, a pesar de la falta de información o de necesidad de aplicarla a nuestro estudio, contamos con otro tipo de fuentes y métodos que, en definitiva, harán posible que podamos llevar a cabo nuestro estudio y, finalmente, llegar a la conclusión de la viabilidad para poder ponerlo en marcha en la realidad o no.

5. ESTUDIO DE EMPRENDIMIENTO

El objetivo de este epígrafe radica en elaborar un estudio de emprendimiento para poner en marcha una empresa de traducción conforme a la norma ISO 17100. Así pues, el primer paso consistirá en realizar un estudio de mercado para conocer de primera mano las necesidades del mercado respecto a los servicios de traducción. Una vez hecho este estudio, pasaremos a elaborar un protocolo de creación de la empresa aplicando los

procesos definidos en la norma ISO 17100. Finalmente, realizaremos un estudio económico sobre los gastos esperados durante el primer año para llevar a cabo el proyecto, lo cual nos permitirá conocer la financiación necesaria y, por tanto, la viabilidad de ponerlo en marcha.

5.1 ESTUDIO DE MERCADO

Uno de los primeros pasos para poner en marcha un proyecto empresarial es realizar un estudio de mercado, ya que es la manera perfecta de “averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada” (Salinas, Gándara y Alonso, 2015, pág. 50). Por tanto, nuestro estudio se centrará en analizar las necesidades del mercado, es decir, del conjunto de compradores, junto con las estrategias de los vendedores de servicios de traducción. Asimismo, también nos centraremos en establecer los parámetros necesarios para competir tanto en precio como en calidad. Finalmente, elaboraremos un plan de marketing para dar a conocer nuestra empresa. Gracias a este análisis, más tarde podremos elaborar el protocolo de puesta en marcha para conocer qué elementos son fundamentales para crear nuestra empresa desde cero.

Normalmente, los empresarios que quieren poner en marcha su proyecto empresarial deciden contratar a una empresa externa para que les realice esta tarea. A pesar de ser un gasto adicional, resulta más fiable que llevar a cabo un estudio personal y también es más sencillo. Sin embargo, teniendo en cuenta que nosotros tenemos un bajo presupuesto para poner en marcha la empresa, suprimimos este gasto adicional y realizamos nosotros mismos el estudio. Además, contamos con que uno de los socios que va a desarrollar el proyecto con nosotros conoce con detalle cuáles son las claves que hay que tener en cuenta para recoger eficazmente la información necesaria, puesto que ha realizado un curso sobre Gestión, Dirección y Sucesión de Empresas Familiares en ESADE. Por tanto, gracias a sus conocimientos sabremos cuáles son los elementos imprescindibles para poner en marcha nuestro negocio.

No obstante, antes de empezar con el estudio en sí, resulta imprescindible presentar el servicio que vamos a ofrecer. Como hemos mencionado anteriormente, el conocimiento de diversos idiomas es un hecho reciente que está en auge. Sin embargo, actualmente existen miles de idiomas en el mundo, por lo que es imposible conocer todos ellos. Además, a pesar de que el inglés se haya convertido en *lingua franca* en los últimos

años, todavía hay personas que desconocen el idioma. Por tanto, siempre va a haber una necesidad de traducir diversos tipos de documentos para que todos ellos lleguen al mayor número de personas posibles y, en consecuencia, los servicios de traducción siempre van a ser fundamentales. En definitiva, uno de los objetivos de los servicios de traducción es actuar como intermediario entre dos partes, puesto que, a pesar de que sea la empresa, el individuo o la organización los que solicitan la traducción, generalmente no suelen ser los destinatarios finales. Así pues, la necesidad de que existan estos servicios es de especial importancia para acercar a las personas. Por tanto, nuestro objetivo es crear una empresa de servicios de traducción con una serie de elementos diferenciadores que supondrán un valor añadido frente a la competencia. Si bien es cierto que generalmente las grandes empresas de traducción están dirigidas por empresarios con experiencia, el hecho de que nuestra empresa vaya a estar dirigida por gente joven no quiere decir que no vaya a ser un éxito.

Tras esta presentación sobre nuestro plan de negocio, el siguiente paso es elaborar el estudio de mercado para conocer las necesidades y así poder avanzar con los siguientes pasos de nuestro plan de emprendimiento.

5.1.1 NECESIDADES DEL MERCADO

Para poder poner en marcha cualquier proyecto empresarial, se debe realizar una segmentación de mercado, puesto que se debe especificar a qué grupo de personas va dirigido el producto o servicio que se quiere lanzar. No obstante, esto resulta especialmente difícil en el caso de los servicios de traducción, ya que las traducciones son fundamentales prácticamente para todos los grupos de población, así como para distintos ámbitos tales como el médico y científico, el académico o el empresarial. El objetivo de nuestra empresa es llegar al mayor número de personas posible, pero el bajo presupuesto inicial supone un problema a la hora de contratar diferentes traductores especializados, por lo que nuestro ámbito de actuación al principio va a ser más reducido.

Es cierto que el mercado de la traducción es muy variable, puesto que la demanda proveniente de los diferentes ámbitos varía en función de diversos factores, ya sea por tratarse de un momento determinado del año o por circunstancias totalmente aleatorias. Por ejemplo, es posible que se produzca un aumento de la demanda de traducciones de títulos y certificados académicos en el periodo de febrero a abril en España, ya que,

generalmente, los plazos de solicitud de las universidades suelen desarrollarse en estos meses. O también puede ocurrir que haya un aumento del volumen de encargos de traducciones publicitarias a partir de verano debido a la preparación para las campañas de Navidad. No obstante, aunque puedan existir casos concretos en los que se prevea la demanda, se trata de un mercado que está en continua variación.

A pesar de las posibles variaciones de este sector, tras finalizar nuestros estudios universitarios investigamos sobre cuáles eran las traducciones especializadas más demandadas en España para adquirir los conocimientos necesarios y así poder dedicarnos cada uno a una, puesto que sabíamos que queríamos poner en marcha una empresa de traducción. Así pues, llegamos a la conclusión de que las traducciones médicas y las económicas eran las más demandadas, así que decidimos especializarnos en ellas. Para ello, uno de los socios realizó un Máster universitario en Traducción Médico-Sanitaria en la Universitat Jaume I. Otro de los socios realizó el Máster de Traducción Especializada del Centro de Estudios Sampere, en el que adquirió conocimientos sobre distintas especialidades como jurídico-económica o técnica. Finalmente, el socio restante realizó un curso sobre Traducción Jurídica en el mismo centro para recibir la formación y preparación necesarias para obtener el título de Traductor-Intérprete Jurado del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación y así ofrecer un valor añadido a nuestros clientes.

Gracias a la formación que hemos recibido durante estos dos últimos años, podemos ofrecer variedad de especialidades a nuestros clientes, puesto que nuestro objetivo es cubrir sus necesidades en todo momento. Principalmente, nuestro mercado objetivo son las grandes empresas, ya que gracias a sus encargos conseguiremos mayores beneficios económicos. Es cierto que este es el objetivo que todas las empresas del sector quieren conseguir, pero, aun así, nosotros también aspiramos a ello. Puede parecer difícil adentrarse en este mercado, pero analizaremos cómo darnos a conocer en el apartado sobre el plan de marketing. No obstante, somos conscientes de que al principio tendremos que aceptar encargos de empresas más pequeñas e incluso de particulares, pero nuestro plan a largo plazo consiste en crecer poco a poco hasta alcanzar nuestro objetivo.

Es fundamental conocer cuál es el proceso de compra para comprender y analizar las posibles vías para llegar hasta los compradores. Este proceso es muy útil a la hora de compaginar al estudio de mercado, puesto que “abarca todos los pasos que da una persona

hasta que hace una compra” (Silbiger, 2013, pág. 24). A continuación los analizaremos uno a uno junto con su aplicación a los servicios de traducción:

- **Conciencia:** es el momento en el que el consumidor empieza a ser consciente de que necesita un producto o un servicio. Existen elementos como la publicidad que aceleran este sentimiento de necesidad (Silbiger, 2013, pág. 25). Sin embargo, no es muy corriente encontrar por la calle o en la televisión anuncios sobre los servicios de traducción. Como ya hemos mencionado, los idiomas han fomentado la aparición de servicios de traducción, de manera que no es necesaria la publicitación, ya que dichos servicios suponen una necesidad fundamental actualmente. Por tanto, la conciencia en el cliente aparece cuando se da cuenta de que tiene un documento que no comprende en otro idioma y necesita traducirlo.
- **Búsqueda de información:** antes de realizar una compra, el cliente busca información sobre el producto o servicio que desea adquirir. Aquí influyen diversas fuentes, como los informes del consumidor, los vendedores, los blogs, los familiares, etc. (Silbiger, 2013, pág. 25). Por tanto, una vez que el cliente es consciente de que necesita una traducción, recopila toda la información existente en el mercado.
- **Evaluación de alternativas:** tras haber encontrado la información relativa al producto o al servicio, el cliente debe decidir cuál es la opción que más se adecúa a sus necesidades y a sus expectativas o si debe recurrir a un sustituto (Silbiger, 2013, pp. 25-26). En el caso de los servicios de traducción, el cliente tiene que valorar qué empresa o agencia se adapta mejor a su demanda. No obstante, también tiene la opción de no contratar los servicios de traducción y que lo hiciera otra persona. En el caso de que el cliente sea una empresa, la opción sería que lo hiciera alguna persona dentro de la propia empresa, mientras que en el caso de que el cliente sea un particular, la opción sería hacerlo él mismo.

Este es uno de los pasos más importantes para nuestra empresa, puesto que debemos conseguir que nuestro perfil en Facebook o nuestra página web sean lo más completos y llamativos posibles para que el cliente se decida por nuestros servicios antes que los de la competencia. Asimismo, aquí también influyen el precio y la rapidez, puesto que el cliente siempre va a buscar aquel producto o servicio que sea más barato y rápido de conseguir. Por tanto, desarrollaremos estos puntos en apartados posteriores para ver cuál debe ser la estrategia a seguir.

- La decisión de compra: el cliente decide comprar el producto o servicio tras haber valorado las posibles opciones (Silbiger, 2013, pág. 26). En nuestro caso, el cliente decide que nuestra empresa es la que mejor se adapta a sus necesidades y, por tanto, nos elige. No obstante, la primera compra suele ser de prueba, para ver si realmente satisfacemos sus necesidades.
- La valoración: se produce cuando el cliente juzga si el producto o servicio que ha adquirido realmente ha satisfecho sus necesidades y si volverá a adquirirlo en un futuro (Silbiger, 2013, pp. 26-27). En nuestro caso, este paso tiene que ver con la calidad, ya que el cliente decide si la traducción es como esperaba y, en caso afirmativo, si volvería a solicitar nuestros servicios.

Por tanto, estos pasos nos van a ser muy útiles a la hora de desarrollar nuestro plan de marketing y nuestra estrategia comercial, ya que nos muestran el comportamiento de los consumidores respecto a nuestros servicios.

5.1.2 CÓMO COMPETIR EN PRECIO

Uno de los problemas de las empresas o agencias de traducción es que existe una gran competencia en cuanto a precios. Por tanto, hay que ofrecer unos servicios relativamente baratos, pero sin dejar de lado la calidad. Si los clientes comparan los precios entre las distintas empresas de traducción y ven que el que nosotros ofrecemos es muy bajo, pensarán que, al ser tan barato, la calidad no será tan buena y, por tanto, recurrirán a la competencia. Así pues, el objetivo consiste en establecer una relación entre precio y calidad. Además, en los servicios de traducción hay que tener en cuenta distintos factores, tales como el tipo de traducción, el volumen de palabras, el cliente, la combinación lingüística, la urgencia, etc. Consecuentemente, la diferencia que podemos ofrecer respecto a la competencia es establecer un precio personalizado en función de las características y necesidades del cliente en particular.

Una de nuestras opiniones es que cuanto más se ajusten los servicios que ofrecemos a las demandas de nuestros clientes, mayor calidad ofreceremos y mejor será la satisfacción de los mismos. En consecuencia, a continuación mostramos distintas tablas en las que se recogen las variaciones de los precios en función de diversos factores. Además de todo esto, también ofrecemos una serie de servicios adicionales tales como la maquetación de textos o la localización y adaptación cultural de páginas web, de manera que también dedicaremos un apartado adicional para establecer nuestras tarifas.

5.1.2.1 TARIFAS PARA LAS TRADUCCIONES GENERALES, ESPECIALIZADAS Y JURADAS

En primer lugar, cabe mencionar que dentro de las traducciones especializadas se incluyen las que mencionaremos más adelante en el apartado 5.2.1 (Recursos humanos), mientras que las traducciones generales son otro tipo de traducciones que no requieren conocimientos técnicos y terminológicos específicos.

Tabla 1. Tarifas de las traducciones generales, especializadas y juradas.

	Traducción general	Traducción especializada	Traducción jurada*
Inglés, francés, catalán	0,06 €/palabra	0,08 €/palabra	0,10 €/palabra
Árabe	0,14 €/palabra	0,16 €/palabra	
Chino	0,15 €/palabra**	0,17 €/palabra**	

*Las traducciones juradas se realizarán únicamente de inglés a español.

**Dada la dificultad de calcular el volumen de palabras en lengua origen, la tarifa se calculará respecto al volumen estimado de palabras en lengua destino, contando con que puede haber hasta un 10 % más de palabras en la traducción final. No obstante, en la factura se reflejará el precio final una vez dispongamos del número total de palabras en lengua destino.

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Información adicional sobre las traducciones generales, especializadas y juradas.

Documento mínimo*	Inglés, francés, catalán	Árabe	Chino
Traducción general y especializada	20 €	42 €	45 €
Traducción jurada	30 €		

*El documento mínimo abarca una extensión aproximada de 300 palabras.

Fuente: elaboración propia

Además de estas combinaciones lingüísticas para las distintas especializaciones, también existen otros factores que influyen a la hora de elaborar un presupuesto, tales como la urgencia del encargo, los gastos de envío, etc. La siguiente tabla describe todas estas situaciones y su reflejo en las tarifas.

Tabla 3. Factores adicionales que afectan a las traducciones.

Recargo por copia de las traducciones juradas	3 € por folio
---	---------------

Gastos de envío*	Según medio de envío (urgente, certificado, mensajería)
Urgencia del encargo*	Recargo del 35 %
Revisión de documentos	0,03 €/palabra
Transcripciones	150 €/hora de audio o vídeo

* Volumen superior a 25.000 palabras por semana.

Fuente: elaboración propia

Independientemente de las anteriores tablas, al tratarse de estimaciones aproximadas, las tarifas pueden sufrir variaciones en función de las necesidades del cliente u otros factores. Además de estos precios relativamente fijos, como mencionaremos más adelante en nuestro plan de marketing, nos sumaremos a las estrategias comerciales que han realizado empresas de otros sectores, de manera que, en estos casos, los descuentos se realizarán sobre la factura final, una vez aplicados los baremos descritos en la tabla.

5.1.2.2 SERVICIOS DE MAQUETACIÓN Y LOCALIZACIÓN DE CONTENIDOS

Tabla 4. Servicios de maquetación y localización de contenidos.

Maquetación	Localización (código HTML)
2,5 €/página*	0,12 €/palabra

*Las maquetaciones de documentos con estilos propios del cliente sufrirán un recargo del 10 %.

Fuente: elaboración propia

A las tarifas descritas anteriormente se les incrementará el 21 % correspondiente al Impuesto del Valor Añadido (IVA).

5.1.3 CÓMO COMPETIR EN CALIDAD

Como ya hemos mencionado en múltiples ocasiones, la calidad es algo muy difícil de definir, ya que se trata de un parámetro muy subjetivo. Si buscamos el término en el Diccionario de la Real Academia, nos encontraremos con la siguiente definición: “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor” (RAE, 2016). Sin embargo, existen múltiples otras definiciones que se centran en diferentes conceptos.

En lo que respecta a la traducción y a la prestación de servicios en general, existe la norma ISO 9001 para los sistemas de gestión de calidad, que controla los procedimientos y los procesos desde que un cliente pide un presupuesto hasta que se entrega la traducción. No obstante, no cubre nunca si la traducción es buena o mala, porque resulta algo muy difícil de medir. Si bien existen sectores en los que la calidad sí se puede medir, las traducciones pueden tener diversas formas y todas ser correctas, de manera que no hay manera de medir la calidad. Por otra parte, como ya hemos analizado previamente, la norma ISO 17100 está diseñada para que, si se cumplen todos los pasos del proceso y todos están bien cubiertos por los procedimientos mencionados, la calidad del producto final sea buena. En definitiva, es una norma que cubre procesos, no resultados, a pesar de que ambos estén relacionados (Valenciano y Arevalillo, 2016).

Por tanto, como la puesta en marcha de nuestra empresa se hará conforme a la norma ISO, los requisitos básicos que ésta impone asegurarán un nivel de calidad a nuestros clientes. Como bien hemos mencionado en el apartado anterior, el objetivo es establecer una relación entre precio y calidad, de manera que esta última no será cuestionada a pesar de los precios competentes que ofreceremos a nuestros clientes. Consecuentemente, será una calidad válida para todo tipo de clientes y no hará falta adecuarla a sus necesidades, a menos que el cliente en cuestión pida lo contrario.

Tras haber consultado el ranking de empresas de *El Economista* en el sector de la traducción¹, de las 10 primeras empresas con mayor volumen de ventas, solo 4 de ellas están certificadas: 2 por la antigua norma EN 15038 y otras 2 por la ISO 17100. A raíz de este ranking podemos afirmar que no hay una relación directa entre conseguir un mayor volumen de ventas y estar certificados por una norma. Sin embargo, como queremos que nuestra empresa tenga un valor añadido respecto a la competencia, consideramos fundamental certificarnos por esta norma. A pesar de que el resto de empresas obtenga mayor volumen de ventas que nosotros, la norma nos permitirá certificar que estamos cumpliendo con los requisitos internacionales y, que, por tanto, nuestros servicios son de calidad.

¹ El ranking completo de empresas se incluye en el Anexo 1.

5.1.4 PLAN DE MARKETING

Actualmente existen muchos sectores como los cosméticos o la industria textil que necesitan publicidad para ofertar sus productos y llegar de manera más fácil a los clientes. Sin embargo, este no es el caso de los servicios de traducción, ya que no es un sector tan común. Si bien es cierto que existe publicidad sobre estas empresas en periódicos o revistas especializadas, no dedican parte de sus esfuerzos a realizar grandes campañas publicitarias como en los ejemplos mencionados anteriormente. No obstante, para que nuestro negocio tenga éxito, es necesario atraer clientes y, para ello, debemos publicitarnos, a ser posible de manera distinta que la competencia. Por tanto, este epígrafe se centrará en la elaboración de un plan de marketing para dar a conocer nuestra futura empresa.

El modo habitual de presentación de una empresa de traducción suele ser la creación de una página web. No obstante, se trata de un recurso estático y, por mucho que lo actualicemos, siempre va a ser un elemento muy simple para darnos a conocer. En el ranking de *El Economista*, que hemos mencionado anteriormente, constan 404 empresas de traducción, que son actualmente las principales del sector. Como es de esperar, la inmensa mayoría, por no decir todas, tienen su propia página web para ofertar sus servicios. Por tanto, si únicamente dependemos de la página web para darnos a conocer, tendremos a 404 empresas por delante de nosotros, lo que se traduce en que nuestra página web estará posicionada en las últimas páginas de los motores de búsqueda. Consecuentemente, conseguir encargos será extremadamente difícil e incluso imposible. El funcionamiento de los motores de búsqueda acaba siendo un negocio, puesto que, si queremos que nuestra página web aparezca en las primeras páginas al buscar con Google, tendremos que pagar a la empresa. Otro método consiste en recurrir a un posicionamiento en buscadores (SEO, por sus siglas en inglés). Existen empresas especializadas en posicionar páginas web, aunque también hay mecanismos para hacerlo sin necesidad de recurrir a ellas, aunque se corre el riesgo de no conseguir los objetivos esperados. No obstante, dado nuestro bajo presupuesto, queremos reducir al máximo los gastos por lo que no contemplamos esta opción, aunque esto no quiere decir que no vayamos a lanzar una página web, sino que no entra dentro de nuestras principales prioridades posicionar nuestra página en los motores de búsqueda. Como bien hemos dicho, queremos llegar a

nuestros clientes de manera distinta, por lo que exploraremos otras vías para darnos a conocer adicionalmente.

Además de tener una página web, se puede proceder al e-mailing, al contacto directo con las empresas que hemos fijado en nuestro estudio de mercado o incluso darnos de alta en asociaciones profesionales o en la lista del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación para captar clientes. También podemos recurrir a la publicidad en periódicos o revistas especializadas o a la publicidad en internet. En primer lugar, en el caso de los periódicos, tomando como ejemplo el periódico *ABC*, existen dos tipos de anuncios: los reclamos o los anuncios por palabra. Las tarifas de publicación de este periódico son muy variadas, puesto que hay diferencias entre ambos tipos de anuncios. El precio de los reclamos varía entre los 1.000 euros y los 76.000, dependiendo de la página en la que aparezca o el tamaño. Por tanto, descartamos este tipo para publicitar nuestra empresa ya que generalmente son empresas grandes como *El Corte Inglés* o *BBVA* las que lo utilizan debido a su elevado coste. En cambio, en los anuncios palabra, cada palabra se cobra a 2,55 euros en días laborales contra 3,23 euros los domingos. Si elaboramos un anuncio sobre nuestra empresa con 10 palabras para que sea publicado un día laboral, estaremos pagando al periódico 25,5 euros más gastos adicionales de maquetación. En caso de que sea un domingo pagaremos 32,3 euros. No obstante, debemos pagar esta cantidad de dinero cada vez que queramos que nos anuncien en el periódico. Si quisiéramos aparecer en el periódico durante un mes, partiendo de la base de que tiene treinta días y cuatro de ellos son domingos, deberíamos pagar un total de 792,2 euros. Si bien es cierto que podríamos permitirnos pagar la cantidad mencionada por aparecer un día en el periódico, se trata de un apartado obsoleto, que se ha reducido, sobre todo, a los servicios de compraventa o al sector inmobiliario. Antiguamente era muy útil, ya que dada la inexistencia de internet era la manera de encontrar empresas y servicios. No obstante, hoy en día los periódicos impresos pasan por un proceso de reducción de lectores, vivimos en la era de lo digital y de la información selectiva, de manera que cada vez dependemos más de internet y nos fijamos únicamente en aquello que nos genera interés. Por tanto, a pesar de ser una pequeña cantidad de dinero, no sale rentable, puesto que nadie consulta este apartado.

En segundo lugar, en España existen revistas especializadas de traducción como *La Linterna del Traductor* o *Panacea*. Sin embargo, si analizamos quiénes son los lectores de estas revistas, nos daremos cuenta de que generalmente son los profesionales de este

sector. Es cierto que puede haber excepciones y haya personas interesadas en el mundo de la traducción que compren esta revista para ampliar sus conocimientos sobre ello. Pero lo cierto es que, en definitiva, están escritas por profesional del mundo de la traducción para otros profesionales dentro del sector. Consecuentemente, pagar por aparecer en estas revistas no tendría mucho sentido, ya que las personas que “consumen” esta revista no son los clientes que encargan traducciones, sino que se trata de la competencia.

Finalmente, la última opción sería pagar por publicitarse en las páginas web. A pesar de que este método sea más barato que publicitarse en periódicos o medios físicos, también supone un gasto de dinero, cosa que queremos evitar para destinar nuestros fondos a pagar otras cuestiones que consideramos son más importantes.

Tras haber rechazado estas posibles opciones dado su coste o baja rentabilidad, proponemos nuestra original idea sobre cómo publicitar nuestros servicios. Como hemos mencionado en múltiples ocasiones a lo largo de este estudio, vivimos en un mundo globalizado en el que cada vez somos más dependientes de internet y las redes sociales, por lo que cada vez se están explotando más estas vías para desarrollar negocios, por ejemplo. Generalmente, las grandes empresas de traducción españolas empezaron a desarrollar sus servicios hace varias décadas, de manera que no han explotado tanto estos nuevos métodos. En este sentido, el hecho de que nuestra generación haya vivido rodeada de tecnologías y haya sido partícipe del auge de las redes sociales, supone un elemento favorable. Por tanto, consideramos que este hecho nos ofrece una oportunidad única para desarrollar nuestra publicidad a través de las redes sociales.

Actualmente, la mayoría de la gente de nuestro entorno conoce de cerca las redes sociales, y, por supuesto, nosotros también. Además, tienen mucha acogida en nuestro ambiente, ya que la mayoría de los negocios puestos en marcha por gente de nuestra edad y entorno consiguen su éxito gracias a su presencia en las redes sociales. Empresas como *Pompeii* o *Mr Boho* han conseguido tal volumen de facturación y ventas como consecuencia de la difusión en las redes sociales. Es cierto que son empresas centradas en vestimenta y moda, pero, al fin y al cabo, son empresas puestas en marcha por jóvenes de entre 20 y 25 años que deben su éxito a las conexiones entre personas. Consecuentemente, nosotros también queremos aprovechar dichas conexiones para expandirnos más fácilmente y actuar de la misma manera que han actuado dichos negocios. A día de hoy, Facebook es la red social más utilizada, por lo que el plan es crear

una página dentro de esta red social dedicada a nuestros servicios de traducción. Las redes sociales actualmente son un *must* para empresas de diversos ámbitos, y, por lo que hemos observado, existen muchas empresas de traducción que tienen página web en Facebook. No obstante, por lo que hemos observado, ninguna de ellas se parece a la idea que queremos poner nosotros en marcha para nuestra empresa.

Según un estudio realizado por la empresa *Nominalia*,

2 de cada 5 españoles afirman conectarse a la red una media de más de 3 horas al día por motivos no profesionales, lo que se traduce en más de 13 millones de usuarios. Más sorprendente resulta aún que un 14,03 % de los internautas confiese pasar más de 5 horas al día conectados por razones personales o de ocio, porcentaje que equivale a unos 4,7 millones de españoles ... Por edades, ... los usuarios de entre 18 y 35 años se conectan un total de 3 horas y 3 minutos, ... los internautas de entre 36 y 45 años dedican 2 horas y 52 minutos ..., cantidad que desciende hasta las 2 horas y 45 minutos para los españoles entre 46 y 65 años (ABC, 2016).

Por tanto, existe un elevado número de usuarios que pasa mucho tiempo en la red, de manera que tenemos probabilidades de atraer su atención a través de las redes sociales. Como muestra este estudio, las personas entre 18 y 35 años son las que más están pendientes de las redes. Si bien es cierto que nuestro mercado meta no es el grupo de gente joven, sino empresas grandes como hemos mencionado anteriormente, la idea es empezar a darse a conocer poco a poco a través de nuestras conexiones para ir creciendo cada vez más. Además, este estudio también muestra que las personas mayores de 35 años siguen utilizando asiduamente las redes sociales, por lo que no es un mercado inalcanzable a través de estos métodos.

No obstante, el plan es empezar a darnos a conocer en nuestro entorno. Por ejemplo, mucha gente cercana, por no decir casi toda, ha acabado ya la carrera o está a punto de ello, de manera que está trabajando en empresas o lo hará tarde o temprano (y con un poco de suerte). Estas empresas pueden tener su propio departamento de traducción o pueden externalizar sus servicios a una empresa de traducción. No obstante, si alguna de ellas no dispone de ninguno de estos dos elementos, probablemente esté buscando una empresa de traducción y aquí es donde entran en juego nuestras conexiones. Si gracias a las redes sociales han empezado a seguir nuestra página, serán conscientes de que somos una empresa en proceso de arranque que necesita clientes, de manera que hablarán de nosotros y nos recomendarán para que realicemos sus encargos. En definitiva,

se trata del típico “boca a boca”, pero introducido por las redes sociales, el elemento que está absolutamente en auge en el siglo en el que vivimos.

Por tanto, nuevamente, la idea es crear una página web en Facebook en la que nos demos a conocer y, conseguido un determinado número de seguidores, empezar a lanzar ofertas para atraer la atención de nuestros clientes. Además, también consideramos que sería muy beneficioso y original aprovecharnos de diversas estrategias comerciales como el *Black Friday* o el *Cyber Monday* para lanzar nuestras propias ofertas. A pesar de que hayamos importado ambas de Estados Unidos, suponen un beneficio tanto para los negocios como para los clientes, ya que los primeros consiguen aumentar su volumen de ventas y los segundos obtienen precios muy rebajados. En este sentido, en dichas fechas podríamos llegar a ofrecer descuentos de entre un 5 y un 20 por ciento, en función de los factores que hemos mencionado anteriormente, tales como el volumen de palabras, la combinación lingüística o la especialización. Asimismo, también podríamos ofrecer envíos gratis para traducciones juradas u otras traducciones que necesitaran una copia en papel.

A primera vista puede parecer un plan ligeramente ambicioso y utópico para los servicios de traducción, ya que es un sector en el que los precios son prácticamente fijos y no existen descuentos parecidos. Sin embargo, el hecho de que nadie lo haya puesto en práctica todavía no quiere decir que no pueda tener éxito. Así pues, consideramos que es una estrategia comercial por explotar en los servicios de traducción y nosotros queremos ser los pioneros en ello.

Por otro lado, en los últimos años LinkedIn también ha adquirido mucha importancia, por lo que también podríamos crear una página web de nuestra empresa. Es cierto que se trata más de un nuevo método de buscar trabajo, pero también sirve para publicitar a las empresas, de manera que podríamos aprovecharlo para darnos a conocer. Una de las mayores diferencias respecto a Facebook es que LinkedIn no es tanto una red social, por lo que deberíamos ofrecer al público una imagen más formal. Así pues, las estrategias comerciales que hemos mencionado anteriormente las llevaríamos únicamente a cabo en Facebook, ya que el ambiente en esta red social es mucho más informal.

No obstante, el mundo de las tecnologías y las redes sociales es muy variable y está continuamente actualizándose, de manera que en el futuro puede haber nuevas redes sociales con nuevas características. Así pues, quedamos a la espera de que aparezcan

nuevas redes sociales del estilo de Facebook para publicitarnos de manera más informal, aunque también nos interesaría que sugiera alguna otra parecida a LinkedIn para mostrar nuestro lado más formal. En definitiva, esperamos que este mundo evolucione para aprovechar los nuevos métodos con el fin de continuar dándonos a conocer.

5.2 PROTOCOLO DE PUESTA EN MARCHA CONFORME A LA NORMA ISO 17100

A continuación analizaremos los elementos necesarios para poner en marcha nuestra empresa de conformidad con la norma ISO 17100.

5.2.1 RECURSOS HUMANOS

Como bien hemos mencionado anteriormente, tenemos un presupuesto reducido para poner en marcha nuestra empresa. En consecuencia, como somos tres socios, hemos acordado que lo más conveniente es que seamos nosotros los que realicemos las traducciones al principio y, a medida que vaya creciendo la empresa, contratar a más personal para que trabaje con nosotros. Como se describe en la norma ISO, para asegurar que nuestros servicios son de calidad debe haber distintas personas involucradas en el proceso de traducción y cada una debe desempeñar únicamente una función. Las principales figuras son el traductor, el revisor y el gestor de proyectos, aunque también puede existir un corrector de concepto y un corrector de pruebas. Por tanto, cuando pongamos en marcha la empresa, cada uno de nosotros deberá desempeñar una de las funciones mencionadas anteriormente para cada encargo que recibamos. Como somos tres personas y cada una estamos especializadas en un ámbito específico, esto nos permitirá adaptarnos a la situación en cada momento, de manera que rotaremos en función de los encargos que recibamos para que cada uno desempeñe la función más conveniente en cada momento.

No obstante, como es de esperar, también es necesario gestionar la empresa para que todo funcione correctamente, por lo que es fundamental que llevemos a cabo funciones de dirección y administración entre todos. Es cierto que lo más posible es que en el periodo de puesta en marcha de la empresa no haya mucho trabajo, pero es importante repartir las funciones desde un principio para que todo funcione correctamente a largo plazo. No obstante, la dirección de la empresa está sujeta a cambios, ya que hay muchos factores variables, de manera que a medida que se desarrolle el proceso iremos corrigiendo posibles fallos o supliendo carencias.

Además de estas funciones, también es fundamental encargarse de la contabilidad y las finanzas, pero dada nuestra formación universitaria, no tenemos los conocimientos ni la capacidad de realizar esta función nosotros mismos. En consecuencia, hemos decidido que lo más conveniente es externalizar estas tareas y contratar a una gestoría para que se encargue de ello. Tras realizar una investigación sobre posibles gestorías a las que contratar, hemos decidido que lo más conveniente y adecuado dadas las características de nuestro negocio es recurrir a los servicios de una gestoría ubicada en Aravaca, puesto que conocemos de primera mano su funcionamiento y efectividad gracias a casos concretos cercanos. El hecho de que no esté ubicada cerca de nuestro futuro negocio no tiene efectos negativos para nosotros, puesto que la mayoría de las tareas que queremos que nos gestione se pueden hacer de manera telemática.

Una de las peculiaridades de la norma ISO 17100 es que no menciona en ningún momento la obligación de que el traductor tenga que estar especializado en un ámbito determinado para que el resultado sea de calidad. En el texto se menciona únicamente que el traductor debe tener competencias traductoras, lingüísticas, culturales o técnicas, entre otras. Además, también se menciona que para que una persona pueda ejercer la profesión de traductor debe haber estudiado una carrera universitaria de traducción, como ya hemos mencionado en epígrafes previos. No obstante, también hemos mencionado anteriormente que durante los siguientes años a la finalización de nuestros estudios universitarios decidimos especializarnos en distintos ámbitos. Por tanto, a pesar de que la norma ISO no requiera especialización, nuestra continua formación nos permite ofrecer servicios de calidad, ya que los conocimientos adquiridos permiten que el proceso de traducción sea más efectivo y que, por tanto, los resultados sean mejores. En consecuencia, los servicios que ofrecemos son traducciones económicas, financieras, jurídicas y médicas. Por otra parte, nuestra formación universitaria nos ha permitido conocer de cerca otro tipo de especializaciones como la institucional, la audiovisual, la publicitaria, la técnica o la literaria. Gracias a ello, hemos adquirido las cualidades y destrezas necesarias para traducir textos de estos ámbitos, de manera que también tenemos la capacidad de ofrecer dichas especializaciones a nuestros clientes.

Además de esta formación en distintas especializaciones, también contamos con combinaciones lingüísticas muy dispares, ya que a lo largo de nuestra formación universitaria cada uno ha optado por un idioma distinto. En consecuencia, los idiomas con los que trabajaremos serán inglés, francés, árabe y chino. Además, también existe

actualmente una considerable demanda de traducciones de documentos en catalán, por lo que también lo ofreceremos dentro de nuestra combinación lingüística, puesto que queremos cubrir las necesidades del mayor número de clientes posible.

Igual que hemos dedicado especial atención a nuestra formación adicional para especializarnos en los distintos ámbitos, dada la importancia de los idiomas para nuestra carrera universitaria, también hemos estado siempre muy pendientes de mantener al día nuestros certificados oficiales de idiomas, de manera que nuestro conocimiento sobre todos ellos está documentado de manera conveniente.

5.2.2 RECURSOS TÉCNICOS

Tal y como establece la norma ISO 17100, es imprescindible que dispongamos de:

- a) equipos técnicos requeridos para la realización eficaz y eficiente de los proyectos de traducción y para el manejo, almacenamiento, recuperación, archivo y destrucción seguros y confidenciales de todos los datos y documentos relevantes;
- b) equipos de comunicaciones que incluyan las máquinas y programas adecuados;
- c) recursos y soportes de información;
- d) herramientas de tecnología de la traducción, sistemas de gestión de la traducción, sistemas de gestión terminológica y otros sistemas para la gestión de recursos lingüísticos relacionados con la traducción (ISO, 2015, pág. 14).

Es decir, al fin y al cabo, lo que necesitamos son ordenadores equipados con software de traducción tales como *SDL Trados*, *SDL MultiTerm* o *MetaTaxis* para que ofrezcamos servicios de calidad de conformidad con la norma ISO. A diferencia de otras personas, una de las ventajas con la que nosotros jugamos es que, gracias a nuestra carrera universitaria, hemos cursado asignaturas tales como *Traducción Asistida por Ordenador* o *Informática aplicada a la traducción*, de manera que hemos recibido formación durante meses sobre cómo utilizar correctamente estos programas. Por tanto, conocemos de primera mano su funcionamiento y no necesitamos invertir en cursos de formación para aprender a manejarlos, ya que dichos programas son caros de por sí y no podemos añadir gastos adicionales. En el caso de *SDL Trados*, tenemos otra ventaja respecto al precio y es que, al ser recientes graduados, tenemos un descuento durante dos años, por lo que pagaríamos 450 euros con acceso a todas las opciones del programa, frente a los 695 euros que deben pagar el resto de personas.

En lo que respecta a los ordenadores, lo más conveniente es que cada uno de los socios aporte su ordenador personal para ahorrar gastos, por lo que únicamente habría que pagar por el software de traducción. A medida que la empresa vaya ampliando su volumen de facturación, barajaríamos la posibilidad de adquirir nuevos equipos informáticos para sustituir a los nuestros personales, ya que éstos estarían obsoletos.

Además de los ordenadores, sería imprescindible una impresora para poder obtener los documentos necesarios en papel, tales como las traducciones juradas. Actualmente, existen grandes ofertas en el mercado para adquirir impresoras, de manera que no habría que invertir mucho dinero en una nueva. Por ejemplo, el precio de una impresora básica ronda entre los 50 y los 80 euros, mientras que las impresoras multifunción diseñadas para oficinas varían entre los 100 y los 160 euros. En nuestra opinión, consideramos que sería conveniente invertir en una impresora un poco más avanzada, puesto que no existe mucha diferencia de precio entre las básicas y éstas y nos ofrece mayor rapidez y otras funciones útiles, de manera que podemos permitirnos pagar 125 euros por una impresora que nos va a durar más tiempo que una más normal.

5.2.3 OTRAS NECESIDADES

Además de los recursos humanos y técnicos, al ser una empresa de traducción, también debemos contar con la existencia de una serie de suministros fundamentales para poder desarrollar nuestra actividad, siendo lo principal el material de papelería para nuestra oficina. No obstante, también existen otros elementos necesarios para poner en marcha la empresa, tales como el acceso a internet, el alquiler de un local o una cuenta bancaria, de manera que a continuación los describiremos detalladamente.

5.2.3.1 INTERNET

Como es lógico, para poder funcionar y tener acceso a internet, tendríamos que contratar una tarifa para internet y teléfono fijo. Dado que actualmente existen diversas compañías telefónicas que ofrecen distintas ofertas, hemos hecho una comparación sobre las mismas para las empresas. Gracias a esta comparación, hemos llegado a la conclusión de que la más conveniente para nuestro negocio es la de ONO. Por esta oferta pagaríamos 19,38 euros al mes por fibra óptica de 120Mb, más una cuota de línea de 15 euros por mes. Dicha oferta incluye la velocidad de internet mencionada, junto con llamadas ilimitadas tanto a fijos como a móviles nacionales. Además, una de las ventajas que ofrece

es que tanto la cuota de alta como el *router* y su instalación son gratis, de manera que únicamente tendríamos que pagar 34,38 euros al mes por todo el servicio.

5.2.3.2 ALQUILER

En cualquier proyecto empresarial, una de las primeras preguntas que surge es si debe haber un lugar físico que ofrecer de cara al cliente o desde el que operar. En el caso de los servicios de traducción, existen muchas empresas que se desarrollan desde casa, a pesar de que exista personal subcontratado. No obstante, creemos que el hecho de tener un espacio físico donde desarrollar nuestra actividad es fundamental, ya que de cara al público resulta mucho más profesional. Por tanto, vamos a investigar sobre las posibilidades que tenemos para ubicar nuestro negocio.

Lo más conveniente sería situarnos en un punto clave rodeados de empresas o en la zona económico-financiera de Madrid para tener cerca a los potenciales clientes y que pudieran vernos, es decir, a modo de mensaje subliminal. Dado nuestro bajo presupuesto, hemos investigado alquileres que se adecúen a nuestras necesidades con un precio razonable. A raíz de vivir en una época en la que el emprendimiento y las *start-ups* están a la orden del día, el concepto de oficina ha variado significativamente. Tanto es así que actualmente es muy común recurrir al coworking, que, según el periódico *El Economista* se trata de “una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores compartir un mismo espacio de trabajo, de manera independiente, pero con la posibilidad de crear sinergias” (El Economista, 2014). Sin embargo, la gran ventaja es que estos espacios “ofrecen a los interesados el mobiliario necesario, conexión a Internet, salas de reunión, fotocopiadoras e impresoras, etc.” (El Economista, 2014). Por tanto, consideramos que actualmente esta es la opción que más se ajusta a nuestras necesidades, ya que, además de abaratar costes, también es una manera de estar en contacto con otras empresas que podrían convertirse en posibles clientes. Así pues, hemos realizado una búsqueda sobre este tipo de alquiler en las zonas que hemos mencionado anteriormente, de manera que a continuación describimos las dos opciones encontradas que más nos han convencido:

- Opción 1. Alquiler de un espacio compartido de 20m² con muebles incluidos y áreas comunes como cocina o *business lounge*. Situado en Paseo de la Castellana 259, es decir, cerca de *Cuatro Torres Business Area*, con un precio mensual de 329 euros.

- Opción 2. Mismo concepto de alquiler con las mismas prestaciones y superficie total compartida. Situado en Paseo de la Castellana 141, es decir, cerca del complejo AZCA, con un precio mensual de 289 euros.

A pesar de que consideramos que las zonas en las que hemos buscado son las que mejor se ajustan a nuestras necesidades, también hemos investigado áreas fuera de Madrid para comprobar si el hecho de estar más alejadas de los centros económicos y financieros repercutía en el precio. No obstante, hemos llegado a la conclusión de que no tiene nada que ver. Por ejemplo, hemos investigado sobre posibles alquileres en Aravaca, que se considera que forma parte de Madrid al pertenecer al distrito Moncloa-Aravaca. Sin embargo, hemos comprobado que en esta zona el concepto de coworking no existe, de manera que los alquileres son de espacios no compartidos. Existen oficinas de entre 65 y 88 m² cuyos precios mensuales varían entre los 700 y los 495 euros, respectivamente. Si bien es cierto que son espacios más amplios para nosotros solos, Aravaca es una zona alejada de empresas a la que es más difícil de acceder por no encontrarse en uno de los distritos céntricos de Madrid. Es cierto que es una zona más tranquila para empezar un negocio, pero como nuestro objetivo es atraer a clientes, consideramos que las opciones de coworking en los centros económicos y financieros de Madrid son mejor opción.

Una vez descartadas las zonas situadas fuera de Madrid, debemos elegir qué opción de las mencionadas anteriormente es más conveniente para nosotros. Dado que ambas ubicaciones son muy beneficiosas para nuestro negocio al estar ambas en zonas cercanas a las grandes empresas y a los centros financieros, debemos guiarnos por un elemento que las diferencie, siendo éste el precio. Por tanto, elegimos la opción 2, puesto que el precio mensual es inferior. No obstante, también nos parece mejor opción, puesto que se trata de una zona más concéntrica. Es cierto que el alquiler de la primera opción está situado al lado de *Cuatro Torres Business Area*, pero está al final del Paseo de la Castellana, de manera que resulta un poco alejado para nuestro gusto.

5.2.3.3 CUENTA BANCARIA

Para poder recibir el pago de los encargos realizados y hacer frente a los distintos gastos de la empresa, es imprescindible que abramos una cuenta bancaria. Tras haber realizado una comparación entre las distintas opciones que nos ofrecen los bancos, hemos llegado a la conclusión de que el banco Sabadell es el que más se adecúa a nuestras necesidades. Igual que en el resto de bancos que hemos investigado, existe un apartado

dedicado específicamente a las empresas. Dentro de este apartado, existen dos opciones para abrir una cuenta: la “Cuenta Expansión Negocios” o la “Cuenta Expansión Negocios Plus”. Gracias a la comparación entre ambas cuentas hemos podido comprobar que la que mejor se adecúa a nuestras necesidades es la primera, ya que está enfocada a pequeñas empresas que están empezando a desarrollarse. A diferencia de las opciones de los bancos que hemos descartado, la opción que hemos elegido de Sabadell nos ofrece una apertura gratuita de la cuenta. Además, no existe ninguna comisión de administración y mantenimiento, por las transferencias nacionales y a países del Espacio Económico Europeo realizadas, por el ingreso de cheques y pagarés en euros domiciliados en entidades financieras en España y tiene un tipo de interés del 0 %. Tras abrir la cuenta, el banco proporciona una tarjeta de crédito y otra de débito gratuitas para cada titular de la cuenta y acceso a la cuenta online y a la aplicación del banco de manera gratuita.

No obstante, además de las ventajas que nos ofrece este tipo de cuenta, se deben cumplir una serie de requisitos mensuales para poder mantenerla. Tal y como se establece en la página web del banco Sabadell, dichos requisitos son los siguientes:

- Un cargo en concepto de emisión de nómina.
- Un cargo en concepto de seguros sociales.
- Un cargo en concepto de impuesto.
- Dos cargos en concepto de recibos.

A pesar de dichos requisitos, las ventajas mencionadas anteriormente que nos ofrece este tipo de cuenta son completamente favorables para nosotros. Sin embargo, la ventaja que más ha atraído nuestra atención es que al abrir la cuenta en este banco se nos ofrece preferencia a la hora de buscar financiación, así como facilidad de acceso a las líneas ICO para empresas. Además de la necesidad de abrir esta cuenta por los motivos mencionados anteriormente, también es imprescindible para la potencial financiación, de manera que, si este banco nos ofrece preferencia para ello, nos parece una muy buena opción.

5.2.4 RÉGIMEN JURÍDICO

Antes de decidir si montar la empresa o no, teníamos la opción de trabajar como autónomos, pero al querer certificarnos por la norma ISO 17100 decidimos que era mejor montar una empresa y aplicar los requisitos exigidos por dicha norma. Por tanto, una de

las cuestiones que ha surgido en consecuencia de esta elección ha sido decidir qué tipo de régimen jurídico queríamos que tuviera nuestra empresa. Tras valorar las distintas opciones, hemos llegado a la conclusión de que el régimen más conveniente y adecuado para nuestra situación es la Sociedad Limitada, puesto que es la forma jurídica más utilizada actualmente en España para las pequeñas empresas. La principal ventaja que nos ofrece es que limitamos nuestra responsabilidad únicamente al capital aportado, de manera que no tendríamos que responder con nuestro patrimonio personal ante las deudas del negocio. Por tanto, tras haber elegido el régimen jurídico, a continuación vamos a describir los pasos que debemos llevar a cabo para constituir nuestra sociedad.

El primer paso para montar nuestra Sociedad Limitada sería registrar el nombre de la misma, de manera que tendríamos que acudir al Registro Mercantil para llevar a cabo esta acción y que nos otorgaran el certificado de denominación social. En este caso, imaginemos que decidimos llamar a nuestra empresa “Traducciones Comillensis SL”. Tras elegir la denominación social, otro paso fundamental consiste en determinar el objeto social de nuestra empresa. Teniendo en cuenta que el objeto social se incluye en los Estatutos sociales a la hora de constituir la sociedad, debe ser cuanto más específico sobre las actividades desarrolladas, para que no haya que hacer futuras modificaciones de dichos estatutos. Por tanto, nuestra empresa se dedicaría a la prestación de servicios profesionales a terceros de traducción de documentos generales y especializados, transcripciones, maquetación de documentos y localización de páginas web.

El siguiente paso consiste en establecer el número de socios de nuestra sociedad. Este régimen jurídico permite la existencia de un único socio, llamándose así sociedad limitada unipersonal. No obstante, como ya hemos mencionado anteriormente, el enfoque que hemos querido dar para este trabajo es que la empresa se ponga en marcha entre tres socios. A la hora de constituir la empresa, una sociedad limitada tiene un capital social mínimo de 3000, por lo que cada uno aportaríamos 1000 euros. Consecuentemente, los tres tendríamos control efectivo de la sociedad, y, gracias a las aportaciones iguales, cada uno controlaría un tercio de la empresa.

Para este tipo de sociedades pueden existir socios capitalistas, que son únicamente aquellos que aportan capital pero no trabajan, o socios trabajadores, que son aquellos que aportan capital a la empresa y también trabajan para ella. Dada nuestra formación adicional tras finalizar nuestros estudios universitarios y el bajo presupuesto

inicial que nos impide contratar más personal, hemos decidido que los tres deberíamos ser socios trabajadores, por lo que cada uno desempeñaríamos las funciones mencionadas anteriormente. Además, una de las ventajas de este tipo de socios es que dentro de nuestra empresa podríamos trabajar como autónomos, puesto que no tendría sentido que tuviéramos un contrato de trabajo. Por otra parte, gracias a esta situación estaríamos considerados como trabajadores incluidos en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social, de manera que nuestra cotización sería menor que si estuviéramos incluidos en el Régimen General, lo que supondría un ahorro económico para nosotros.

Otro paso que debemos llevar a cabo es la elección del órgano de administración y gestión de nuestra sociedad. En las sociedades limitadas existen diversas opciones para la formación de este órgano, tales como que el administrador único o un Consejo de Administración. No obstante, puesto que hemos decidido que las tareas de gestión de la empresa las íbamos a desempeñar entre los tres socios, consideramos que la mejor opción es que seamos administradores sociales. Esto quiere decir que todos los administradores tienen la capacidad de gestionar cualquier asunto. Además, cada uno de los administradores puede actuar independientemente, de manera que el resto de administradores tendría que aceptar sus acciones. Generalmente, suele ser la forma más peligrosa de administrar una sociedad, puesto que, a pesar de que haya varios administradores, las decisiones se pueden tomar unilateralmente. No obstante, dado que los tres socios tenemos gran interés en que todo funcione correctamente y, además, confiamos los unos en los otros, no creemos que esta forma de administración vaya a ser perjudicial para nuestra empresa.

Tras conocer los pasos que debemos llevar a cabo para constituir nuestra sociedad, también es necesario conocer otros detalles importantes acerca del régimen jurídico que hemos elegido, tales como las obligaciones fiscales. Fundamentalmente, para este régimen nos encontramos con el Impuesto de Sociedades y el IVA. En el caso del Impuesto de Sociedades, no tendremos que pagarlo hasta que la empresa no obtenga beneficios. En caso de que los tenga, se pagará un 15 % durante los dos primeros años y tras este periodo aumentará hasta el 25 %. En el caso del IVA, todas las operaciones que realicemos dentro de la empresa estarán sujetas a dicho impuesto. Dado que nuestra empresa se dedica a los servicios de traducción, nos acogeríamos al tipo de IVA general (21 %).

Una vez analizado el protocolo para poner en marcha nuestra empresa, el último paso consiste en realizar un estudio económico, de manera que en el siguiente apartado analizaremos dicho aspecto.

5.3 ESTUDIO ECONÓMICO: PREVISIÓN DE TESORERÍA

Finalmente, el último paso imprescindible para poner en marcha nuestro negocio es realizar un estudio económico para analizar los gastos anuales esperados. Gracias a los datos que hemos recopilado a lo largo de este trabajo sobre los elementos necesarios, ahora nos vamos a centrar en calcular a cuánto ascenderían nuestros gastos mensuales, y, por tanto, durante el primer año. Antes de calcular los gastos, somos capaces de prever que vamos a necesitar financiación de tesorería y/o circulante (dada la naturaleza de nuestro negocio, en principio no hay previsión de inversión en ningún tipo de maquinaria ni inmuebles que requeriría una financiación específica y de mayor volumen), puesto que existen muchos elementos necesarios para poner en marcha nuestro proyecto y teniendo en cuenta que el capital social aportado sería únicamente de 3000 euros. Por tanto, no podríamos hacer frente a los gastos únicamente con este capital, de manera que dentro de este cálculo también incluiremos los gastos de financiación y explicaremos qué método de financiación hemos escogido.

A continuación mostramos la tabla con el cálculo de los gastos esperados:

Tabla 5. Gastos esperados durante el primer año

TOTAL 1er
AÑO

Gastos	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCTUBRE	NOV.	DIC.	
Alquiler	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00	3 468,00
Necesidades	1 559,38	84,38	84,38	84,38	84,38	84,38	84,38	84,38	5 606,82	84,38	84,38	84,38	8 010,00
<i>Internet</i>	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	34,38	412,56
<i>Material</i>	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
<i>Norma</i>									5 522,44				5 522,44
<i>Software</i>	1 350,00												1 350,00
<i>Tecnología</i>	125,00												125,00
Constitución	900,00												900,00
Seguridad Social	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	1 050,00	12 600,00
Gestoría	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00
Gastos financieros	17,00	25,00	34,00	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00	34,00	34,00	34,00	34,00	297,00
Total mensual	3 885,38	1 518,38	1 527,38	1 510,38	1 510,38	1 510,38	1 510,38	1 510,38	7 049,82	1 527,38	1 527,38	1 527,38	26 115,00

Fuente: elaboración propia

Muchos de los elementos que aparecen en esta tabla los hemos comentado con anterioridad, tales como el alquiler o las necesidades. Los gastos que aparecen ahí reflejados son los que hemos deducido en cada apartado tras haber hecho las pertinentes investigaciones sobre las distintas posibilidades que nos ofrecía el mercado.

Así como los gastos de la mayoría de los elementos son mensuales, existen algunos que solo se producen puntualmente, tales como la norma, el software, la tecnología y la constitución de la sociedad. En el caso de la norma, solo se paga una vez al año, siendo el precio que aparece reflejado en septiembre el precio inicial por certificarse por ella. Para mantener la norma y recertificarse año tras año, hay que pagar alrededor de 1900 euros en los sucesivos años. No obstante, no hemos reflejado esto en nuestra tabla, puesto que, como bien hemos mencionado anteriormente, solo hemos calculado los gastos del primer año. Además, hemos reflejado este gasto en septiembre, ya que hemos llegado a la conclusión de que tendremos que pagar la norma una vez que hayamos puesto en marcha la empresa y recibamos encargos. Esto se debe a que ISO debe analizar y auditar nuestra empresa para ver que se cumplen todos los requisitos que aparecen en la norma y que, por tanto, podemos certificarnos por ella. Así pues, consideramos que septiembre es un buen mes, ya que, en teoría, la empresa ya debería haber empezado a funcionar.

En el caso de la tecnología, hemos puesto el gasto correspondiente a comprar una impresora para nuestra oficina, ya que, como hemos mencionado en apartados previos, sería el único aparato electrónico que deberíamos comprar, teniendo en cuenta que, para evitar gastos adicionales, cada uno aportaría su ordenador personal para poder empezar a trabajar. En lo que respecta al software de traducción, se debe pagar una única vez, y si se quiere actualizar a las nuevas versiones se debería volver a pagar por el producto. El gasto que aparece en la tabla corresponde al pago de tres aplicaciones de software de traducción, uno para cada socio, con el precio especial que nos ofrecen por ser recientes graduados.

En lo que respecta a los gastos de constitución de la sociedad, se pagan de una vez. El gasto que aparece en la tabla se trata de un gasto aproximado que hemos obtenido tras consultar la información conveniente. En este pago se incluye la propia constitución, junto con el notario y el registro.

Además de estos gastos, en la tabla también aparecen los gastos de la Seguridad Social. Como hemos mencionado en el apartado del régimen jurídico, como los tres socios seríamos socios trabajadores, entraríamos dentro del Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social, por lo que cada uno deberíamos pagar alrededor de 350 euros mensuales.

Finalmente, aparecen los gastos financieros; a continuación vamos a explicar a qué hacen referencia y cuál es el método de financiación que hemos elegido para nuestra empresa y el importe del mismo. Como hemos mencionado anteriormente, una de las ventajas que nos ofrece nuestra Cuenta Expansión de Negocios en el banco Sabadell es preferencia a la hora de buscar financiación. Dada la naturaleza de nuestro negocio y el destino de la financiación (tesorería/circulante) creemos conveniente abrir una cuenta de crédito utilizando la cuenta expansión, puesto que se trata de un método de financiación que, en términos generales, actúa como una cuenta corriente. Se trata de la mejor opción para nuestro negocio, ya que no se recibe el préstamo de una sola vez, sino que “al titular se le concede un límite máximo rotativo del que puede disponer todas las veces que quiera con tal de no sobrepasarlo” (Barral Varela, 2016). En este sentido, únicamente pagaríamos intereses sobre las cantidades que se vayan utilizando. Además, lo lógico es pedir la cuenta de crédito a un año para ver cómo funciona la empresa el primer año y, dada la naturaleza de este tipo de financiación y el importe solicitado inicialmente, entendemos que tendríamos facilidad para renovarla en futuros años.

Como es lógico, existen diferentes tipos de cuentas de crédito, siendo una de ellas las cuentas con garantía personal. Una de las ventajas de las sociedades limitadas, como bien indica su nombre, es que la responsabilidad ante las deudas es limitada, de manera que los socios responderían únicamente con el capital aportado. Consecuentemente, consideramos que nuestra cuenta de crédito debería ser con garantía personal, ya que esto significa que “el prestatario responde con el conjunto de su patrimonio (bienes y derechos), presente y futuro, de manera general, sin que ningún bien concreto quede afecto o sujeto al pago del préstamo de forma especial” (Edufinet, 2016). Entendemos que el banco no nos pediría más garantías que las personales.

Tras haber realizado el cálculo de nuestras necesidades económicas, hemos llegado a la conclusión de que el importe solicitado adecuado para nuestro negocio debería ser de 6000 euros hasta empezar a tener actividad y, por tanto, ingresos. El tipo

de interés que nos cobraría la entidad por la cuenta de crédito sería, aproximadamente, del 6,75 %. Por tanto, en la tabla hemos reflejado los gastos de financiación que deberíamos pagar contando con que en el primer mes dispondríamos de 3000 euros (teniendo en cuenta que los gastos de constitución los pagaríamos con el capital social aportado) y en los dos siguientes meses de 1500 euros (cada uno) más hasta llegar al límite solicitado. Consideramos también que, dada la actividad a partir del cuarto mes, empezaríamos a generar ingresos que disminuyan, por tanto, el límite utilizado de la cuenta de crédito hasta situarlo en 3000 euros. No obstante, dado que hemos calculado que el mejor momento para pagar la norma sería septiembre, en los cuatro últimos meses del ejercicio la utilización de la cuenta de crédito sería total dado el pago de 5500 euros de dicha norma. Con esta utilización máxima de la cuenta de crédito, nos pondríamos, por tanto, en máximos gastos financieros mensuales.

Gracias a esta tabla, hemos llegado a la conclusión de que al final del primer año tendríamos unos gastos de 26 115 euros debido a todos los elementos necesarios para poner en marcha nuestro negocio. Para poder hacer frente a estos gastos y que los socios tuviéramos un sueldo mensual (inicial de 1500 euros), calculamos que deberíamos ingresar alrededor de 90 000 euros el primer año. Esto quiere decir que cada mes tendríamos que facturar 7500 euros, es decir, 2500 euros aproximadamente por cada socio. En términos generales, para que cada socio facturara 2500 euros al mes, cada uno debería traducir aproximadamente 42 000 palabras, teniendo en cuenta que la tarifa que hemos establecido para las traducciones generales es de 0,06 euros por palabra. Dado que la media de palabras traducidas por una persona en un día ronda las 2500 aproximadamente (en un inicio), consideramos que el volumen mensual de palabras para cada socio es perfectamente asumible. A pesar de ser un objetivo factible, consideramos que también es difícil de conseguir, puesto que actualmente una empresa de traducción puede facturar fácilmente esta cantidad anualmente, e incluso sobrepasarla, pero en el caso de una empresa en sus inicios es más difícil. Por tanto, en este punto es cuando entra en juego la publicitación de nuestra empresa y la facilidad para conseguir clientes habituales, ya que sin ello la empresa no podría salir adelante.

Somos conscientes de que, para PYMES y autónomos, existen líneas preferentes de financiación a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO), con mejores condiciones económicas. No obstante, no las hemos considerado al inicio de nuestra actividad, pero las tendremos en cuenta una vez que se desarrolle satisfactoriamente la misma

utilizándola para la renovación de los sistemas informáticos y aparatos electrónicos necesarios. También existe la posibilidad de obtener algún tipo de subvención de la Comunidad de Madrid para el fomento del empleo y la creación de empresas, pero dado que suelen ser convocatorias dentro de los presupuestos anuales, en el momento de iniciar la actividad revisaríamos qué posibilidades tendríamos de obtener alguna de ellas.

6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Gracias a este estudio detallado hemos podido conocer de cerca las necesidades del mercado de la traducción junto con los elementos y procedimientos necesarios para poner en marcha una empresa de conformidad con la norma ISO 17100. Como hemos mencionado en el apartado 2 (Finalidad, motivos y objetivos del estudio), el objetivo final de este estudio era analizar la viabilidad de poner en marcha dicho negocio, de manera que a continuación concluiremos con nuestra visión.

El estudio económico nos ha permitido poner sobre el papel los números a los que ascendería la creación de nuestra empresa, siendo un punto realista que ha ayudado a tomar nuestra decisión sobre la viabilidad del proyecto. Como hemos mencionado en esta parte del trabajo, para poder hacer frente a los gastos del primer año y obtener un salario mensual razonable, los ingresos de nuestra empresa tendrían que ser muy elevados (para una empresa que ha iniciado recientemente su actividad económica). Por tanto, consideramos que para poner en marcha dicho proyecto desde cero y que se adecuara a nuestras necesidades económicas, habría que reducir algunos gastos.

En primer lugar, la propia norma. Desde un primer momento hemos querido hacer un plan de negocio de conformidad con la norma ISO 17100, pero esto no quiere decir que tengamos que certificarnos por ella durante el arranque de la empresa. Al adoptar los procedimientos mencionados en dicha norma, estaríamos ofreciendo servicios de calidad a nuestros clientes, a pesar de que no estuviéramos certificados por ella. Así pues, transcurrido un determinado tiempo, valoraríamos la posibilidad de certificarnos oficialmente por esta norma para otorgarle un valor añadido a nuestra empresa. Además, al haber adoptado los procedimientos desde el principio, sería mucho más fácil certificarnos por la norma, ya que no tendríamos que cambiar el funcionamiento interno de nuestra empresa y únicamente tendríamos que ser evaluados por una auditoría externa. Por otra parte, si al inicio de la empresa adoptáramos la norma, algunos de nuestros

clientes podrían asumir *a priori* que al estar certificados por ella nuestras tarifas podrían ser más elevadas que las de otras empresas. Esto se debe a que existe cierto desconocimiento general sobre la norma, de manera que si no adoptamos la norma desde el principio suprimiríamos este inconveniente de cara a nuestros potenciales clientes.

En segundo lugar, podríamos suprimir el gasto del alquiler. A pesar de que generalmente las sociedades desarrollen su actividad en un lugar físico, existen muchos negocios en los que esto se hace a domicilio, siendo muy frecuente en el sector de la traducción. Es cierto que actualmente hay muchas personas que trabajan como *freelance* con el fin de compaginar diversos trabajos. No obstante, como nuestro plan es crear una sociedad entre los tres socios, consideramos la necesidad de crear una sociedad limitada, aunque en un primer momento no exista un lugar físico para desarrollar nuestra actividad. Gracias a ello, desaparecerían otros gastos mensuales como el alquiler, el internet, la tecnología o el material de oficina, puesto que podríamos aprovechar los recursos existentes en nuestras casas.

Otro elemento que encarece nuestros gastos son los softwares de traducción. Es cierto que la norma exige ciertas herramientas para ofrecer calidad a nuestros clientes. No obstante, en ningún momento establece una determinada herramienta o marca que debamos adoptar. Por tanto, a pesar de que en nuestro estudio hayamos mencionado *SDL Trados* como la herramienta seleccionada, existen muchas otras válidas. Por ejemplo, existen diversos gestores de proyectos o de gestión terminológica de código abierto y gratuitos, de manera que durante el arranque de nuestra empresa podríamos empezar a trabajar con alguno de ellos para abaratar los costes iniciales. Igual que con la norma, a medida que la empresa crezca económicamente, valoraríamos una posible inversión en el futuro para utilizar otras herramientas y pagar una licencia por ellas, ya que generalmente las herramientas de pago ofrecen más servicios que las de código abierto.

Así pues, suprimiendo estos gastos, el arranque de la norma sería mucho más asequible para nuestra empresa, haciendo viable nuestro plan de negocio. Como hemos mencionado al principio del estudio, para nosotros es importante sacar este proyecto adelante, de manera que estamos dispuestos a valorar las distintas alternativas posibles para conseguir poner en marcha nuestra empresa. Al fin y al cabo, los procedimientos mencionados en la norma han sido elaborados por profesionales del sector, de manera que han sabido suplir posibles carencias y mejorar determinados aspectos. Por tanto,

consideramos que es muy favorable para nuestra empresa seguir todos los procedimientos que hemos ido mencionando a lo largo del estudio para funcionar correctamente y satisfacer las necesidades del mercado. Además, de cara a otras empresas que conocen el funcionamiento de ISO y AENOR y están certificadas por algunas de sus normas, el hecho de que en un futuro podamos certificarnos por la norma ISO 17100 será muy favorable, ya que alguna de ellas podría exigirnoslo para trabajar de manera conjunta o lo considerará un punto positivo respecto a otras empresas.

7. REFERENCIAS

- ABC. (16 de Mayo de 2016). ¿Cuánto tiempo pasas mirando Facebook, WhatsApp, Twitter o Instagram en tu tiempo libre? *ABC*. Obtenido de http://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-cuanto-tiempo-pasas-mirando-facebook-whatsapp-twitter-o-instagram-tiempo-libre-201605162111_noticia.html [última consulta: 03/03/2017]
- AENOR. (Mayo de 2006). Norma europea EN 15038 para servicios de traducción.
- AENOR. (2016). *Asociación Española de Normalización y Certificación*. Obtenido de http://www.aenor.es/DescargasWeb/normas/proceso_elaboracion_es.pdf [última consulta: 05/02/2017]
- AENOR. (2016). *Asociación Española de Normalización y Certificación*. Obtenido de <http://www.aenor.es/aenor/aenor/historia/historia.asp#.WOtJdYjyIU> [última consulta: 05/02/2017]
- Arevalillo, J. J. (2005). La norma europea de calidad EN-15038 para servicios de traducción: ¿qué hay tras ella? *The Globalization Insider*. Obtenido de <http://www.asati.es/img/art/EN15038.pdf> [última consulta: 08/02/2017]
- Arevalillo, J. J. (2006). La norma europea de calidad para servicios de traducción EN-15038: por fin, una realidad. *Panacea. Revista de Medicina, Lenguaje y Traducción*. Obtenido de http://www.medtrad.org/panacea/IndiceGeneral/n23_tribuna_Arevalillo.pdf [última consulta: 04/02/2017]
- Barral Varela, G. (2016). Cuenta de Crédito. *Expansión*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/cuenta-de-credito.html> [última consulta: 10/03/2017]
- CEN. (2016). *European Committee for Standardization*. Obtenido de <http://www.cen.eu/about/Pages/default.aspx> [última consulta: 04/02/2017]
- Cepero, J. I., Encuentra, P., Gracia, M. L., Masó, V., y Mateos, M. (Diciembre de 2009). *Asociación Aragonesa de Traductores e Intérpretes (ASATI)*. Obtenido de http://www.asati.es/img/web/docs/CALIDAD.TRAD_ASATI.2009.pdf [última consulta: 09/02/2017]
- Edufinet. (2016). *Educación Financiera en la Red*. Obtenido de http://www.edufinet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=489&Itemid=167 [última consulta: 22/02/2017]
- El Economista. (6 de Junio de 2014). ¿Qué es el 'coworking'? Ventajas e inconvenientes de compartir oficina. *El Economista*. Obtenido de <http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/5840950/06/14/Que-es-el-coworking-Ventajas-e-inconvenientes-de-compartir-oficina.html> [última consulta: 15/02/2017]

- El Economista. (2016). *El Economista* . Obtenido de <http://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-7430.html> [última consulta: 26/02/2017]
- Gómez Sánchez, A. (2004). *Centro Virtual Cervantes*. Obtenido de http://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/pdf/02/033_gomez.pdf [última consulta: 08/02/2017]
- ISO. (Noviembre de 2015). Norma UNE-EN ISO 17100. Requisitos para los servicios de traducción. Madrid: AENOR.
- ISO. (2016). *How does ISO develop standards?* Obtenido de http://www.iso.org/iso/home/standards_development.htm [última consulta: 04/02/2017]
- ISO. (2016). *International Organization for Standardization*. Obtenido de <http://www.iso.org/iso/home/about.htm> [última consulta: 07/02/2017]
- RAE. (2016). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z> [última consulta: 20/02/2017]
- Salinas, J., Gándara, J., y Alonso, A. (2015). *McGraw-Hill Interamericana de España*. Obtenido de <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448169298.pdf> [última consulta: 23/02/2017]
- Silbiger, S. (2013). *The Ten-Day MBA. A Step-By-Step Guide to Mastering the Skills Taught In America's Top Business Schools*. (E. G. Muñoz, Trad.) Portfolio.
- Valenciano, P., y Arevalillo, J. J. (13 de Diciembre de 2016). Quién redacta las normas ISO de traducción. (G. Cabrera, Entrevistador) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=KbT9ssKwxI0&t=453s> [última consulta: 13/02/2017]

8. ANEXOS

ANEXO 1 – Ranking Sectorial de Empresas. Sector CNAE: (7430) Actividades de traducción e interpretación de *El Economista*

Ranking Sectorial de Empresas					
Sector CNAE: (7430) Actividades de traducción e interpretación(403 Resultados)					
Filtros activos: Sector: Actividades de traducción e interpretación quitar filtro					
Posición Sector	Evolución Posiciones	Nombre de la empresa >	Facturación (€)	Provincia	
		<input type="text" value="Buscar por nombre"/>	<input type="text" value="Seleccionar..."/>	<input type="text" value="Seleccionar..."/>	
1	0	SEPROTEC TRADUCCION E INTERPRETACION S.L.	15.899.578	Madrid	Ver más
2	0	LOC TEAM SL	10.871.722	Barcelona	Ver más
3	0	SOFTWARE DOCUMENTATION LOCALIZATION SPAIN SRL	8.248.580	Granada	Ver más
4	5	RR DONNELLEY SPAIN SL.	5.589.767	Madrid	Ver más
5	1	CELER PAWLOWSKY SL	5.566.271	Barcelona	Ver más
6	0	NOVA TRADUCTORS I INTERPRETS SL	5.034.788	Barcelona	Ver más
7	2	LIONBRIDGE ESPAÑA SL	4.448.665	Madrid	Ver más
8	3	MONTERO TRADUCCIONES SL.	3.583.666	Madrid	Ver más
9	1	TREELOC SL	3.507.059	Barcelona	Ver más
10	2	TRADUCTORAS E INTERPRETES SA	3.319.883	Bizkaia	Ver más
11	3	LINGUASERVE INTERNACIONALIZACION DE SERVICIOS SA	grande	Madrid	Ver más
12	5	SYNTHESIS IBERIA SL	mediana	Madrid	Ver más
13	0	MC LEHM TRADUCTORES SL	mediana	Madrid	Ver más
14	2	PARALLELS IBERIA SL	mediana	Barcelona	Ver más
15	1	OFILINGUA SOCIEDAD LIMITADA	mediana	Granada	Ver más
16	1	MANAGEMENT SYSTEM SOLUTIONS SL	mediana	Barcelona	Ver más
17	4	COMUNICACION MULTILINGUE SLU	mediana	Madrid	Ver más
18	0	HERMES TRADUCCIONES Y SERVICIOS LINGUISTICOS SL	mediana	Madrid	Ver más
19	1	STAR SERVICIOS LINGUISTICOS SL	mediana	Barcelona	Ver más
20	1	TRANSLATOR LEGAL AND FINANCIAL SL	mediana	Madrid	Ver más
21	1	AUTOMATIC TRANS SL	mediana	Barcelona	Ver más
22	1	SAJAN SPAIN SL	mediana	Madrid	Ver más
23	1	MARAMARA TALDEAREN HIZKUNTZA ZERBITZUAK SL	mediana	Gipuzkoa	Ver más
24	10	I MES SERVEIS LINGUISTICS SL	mediana	Valencia	Ver más
25	0	WORD WORKS SL	mediana	Madrid	Ver más
26	(ND)	EVENTUM HOSTESS SL.	mediana	Barcelona	Ver más

27	1	LINGUAVOX SOCIEDAD LIMITADA	mediana	Bizkaia	Ver más
28	2	TRIDIOM SL	mediana	Madrid	Ver más
29	3	ON GLOBAL LANGUAGE MARKETING SOCIEDAD LIMITADA	mediana	Arava,Álava	Ver más
30	3	TRADUCCIONES Y TRATAMIENTO DE LA DOCUMENTACION SL	mediana	Barcelona	Ver más
31	2	NORAKTRAD SL	mediana	Madrid	Ver más
32	19	COMTRANSLATIONS ONLINE SL.	mediana	Madrid	Ver más
33	6	MALLOL TRADUCTORS ASSOCIATS SL	mediana	Barcelona	Ver más
34	4	COMUNICA DK TRANSLATIONS SL	mediana	Málaga	Ver más
35	4	BCNNET TRANSLATIONS SL	mediana	Barcelona	Ver más
36	1	TRADUCCIONES POLIGLOTA SL	mediana	Madrid	Ver más
37	20	LOCALSOFT S.L.	mediana	Málaga	Ver más
38	3	PANGEANIC B I EUROPA SL	mediana	Valencia	Ver más
39	0	ZINACLE S.A.	mediana	Badajoz	Ver más
40	2	ZESAURO TRADUCCIONES SL	mediana	Madrid	Ver más
41	5	VIVANCO Y GARCIA S.L.	mediana	Madrid	Ver más
42	4	ABALINGUA GLOBAL SOLUTIONS SL.	mediana	Barcelona	Ver más
43	0	SYNTAX TRADUCCIONES TECNICAS Y DE SOFTWARE SL	mediana	Barcelona	Ver más
44	5	GREEN LIGHT CONSULTING AND SERVICE SL	mediana	Madrid	Ver más
45	8	SUCCESSFUL SPANISH TRANSLATORS SL	mediana	Madrid	Ver más
46	0	INTERLINCO SERVICIOS LINGUISTICOS Y DE COMUNICACION SL	mediana	Madrid	Ver más
47	3	DUALIA TELETRADUCCIONES SL	mediana	Gipuzkoa	Ver más
48	2	ALTALINGUA SL	mediana	Madrid	Ver más
49	5	AABAM TRADUCCIONES SL	mediana	Madrid	Ver más
50	10	AMPERSAND TRADUCCIO AUTOMATICA SL	mediana	Barcelona	Ver más
51	4	INCYTA MULTILANGUAGE S.L.	mediana	Barcelona	Ver más
52	7	TRADINFAR CLIN SL	mediana	Madrid	Ver más
53	11	MCFELDER TRADUCCION Y MARKETING SL	mediana	Gerona	Ver más
54	1	VIRTUA MC SL	mediana	Madrid	Ver más
55	7	DRK EDICION SL	mediana	Madrid	Ver más
56	0	ASOCIACION DE TRADUCTORES E INTERPRETES S.L.	mediana	Madrid	Ver más

57	12	INK MULTILINGUAL SOLUTIONS SA.	mediana	Barcelona	Ver más
58	5	DELTATEXT SL	mediana	Madrid	Ver más
59	11	CILLERO & DE MOTTA SL	pequeña	Zaragoza	Ver más
60	18	SOLUCIO DE CONTINUITAT SL	pequeña	Barcelona	Ver más
61	7	INTERGLOSSA SL	pequeña	Barcelona	Ver más
62	17	D'AGOSTINI ORGANIZZAZIONE SL	pequeña	Alicante	Ver más
63	6	ALBOR TRANSLATION OFFICE SL	pequeña	Madrid	Ver más
64	20	BITEZ SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
65	10	DIMAR J D SL	pequeña	Madrid	Ver más
66	7	K M ALARABI SL	pequeña	Barcelona	Ver más
67	4	EAGLE LANGUAGE SERVICE SL	pequeña	Madrid	Ver más
68	25	GETXO HIZKUNTZAK SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Bizkaia	Ver más
69	8	SCHINDLER SERVICIO INTEGRAL DE IDIOMAS S.L.	pequeña	Zaragoza	Ver más
70	2	COSMOS SPECIALIZED SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
71	8	SEMANTICA TRANSLATION GROUP SL	pequeña	Granada	Ver más
72	14	E.B. TRADUCCIONES-ITZULPENAK SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Bizkaia	Ver más
73	13	INTERTEXT TRADUCCION Y DOCUMENTACION MULTILINGUE SL	pequeña	Barcelona	Ver más
74	14	TRADUNET SL	pequeña	Bizkaia	Ver más
75	13	GABINETE INTERNACIONAL DE TRADUCCIONES SA	pequeña	Madrid	Ver más
76	24	36 CARACTERES SL	pequeña	Madrid	Ver más
77	57	ANMAMATO-DARIPE S.L.	pequeña	Gerona	Ver más
78	33	TRAD ONLINE TRANSLATIONS SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
79	1	DECOEX GLOBAL SL	pequeña	Madrid	Ver más
80	3	INTERPRET SOLUTIONS SL	pequeña	Toledo	Ver más
81	6	OKODIA SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
82	16	EXCEL TRANSLATIONS SL	pequeña	Bizkaia	Ver más
83	19	AIRE SERVICES 1976 SL	pequeña	Madrid	Ver más
84	33	CALEIDOS TRANSLATIONS SL	pequeña	Madrid	Ver más
85	12	1GLOBAL JPPI SL	pequeña	Barcelona	Ver más
86	21	ABZ ONLINE TRADUCCION Y DOCUMENTACION SL	pequeña	Granada	Ver más

87	16	MONDO AGIT SL.	pequeña	Madrid	Ver más
88	7	TRADTEC SL	pequeña	Barcelona	Ver más
89	99	KOBALT LANGUAGES SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
90	8	SYNONYME NET SL	pequeña	Madrid	Ver más
91	10	CLINTER TRADUCCIONES E INTERPRETACIONES SA	pequeña	Madrid	Ver más
92	4	AGORALINGUA S.L.	pequeña	Madrid	Ver más
93	(ND)	CROCKLEY COMMUNICATION SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
94	18	VERSION ORIGINAL TRADUCCIONES SL	pequeña	Madrid	Ver más
95	30	TECNICA DE TRADUCCION AUDIOVISUAL SL	pequeña	Madrid	Ver más
96	23	GERMAN TRANSLATION UNIT SL.	pequeña	Madrid	Ver más
97	15	IBIDEM GROUP SL	pequeña	Barcelona	Ver más
98	1	MULTILINGUAL RESOURCES GROUP SL	pequeña	Madrid	Ver más
99	13	HITZURUN HIZKUNTZ ZERBITZUAK SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
100	13	TRADUCTORES-INTERPRETES EURO-TEXT SL	pequeña	Valladolid	Ver más
101	34	MOROTE TRADUCCIONES SL	pequeña	Sevilla	Ver más
102	181	NAROOMA TECHNOLOGIES SL	pequeña	Madrid	Ver más
103	33	TYMSA TRADUCCIONES SL.	pequeña	Madrid	Ver más
104	6	WORDIA INTERNATIONAL SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
105	39	LABORATORIO CANARIO DE CALIDAD SL	pequeña	Tenerife	Ver más
106	12	PAFELINGUA SL	pequeña	Madrid	Ver más
107	2	SECRETARIA D INTERPRETS DE CONFERENCIA S L	pequeña	Barcelona	Ver más
108	34	ARCADIA TRADUCCIONES SL	pequeña	Madrid	Ver más
109	17	ESSENTIAL ENGLISH INTENSIVE COURSES S.L.	pequeña	Madrid	Ver más
110	4	TRADUCCIONES CHAMPOLLION SL	pequeña	Madrid	Ver más
111	109	ADAPT LOCALIZATION SERVICES ESPAÑA SL	pequeña	Barcelona	Ver más
112	29	ACTIVITY AND PROGRESS SL	pequeña	Coruña	Ver más
113	9	BABEL 2000 SA	pequeña	Madrid	Ver más
114	34	GRUPO FONOVOXER SL	pequeña	Valencia	Ver más
115	6	TRADUX SL	pequeña	Madrid	Ver más

116	10 ↓	YARA-KEDIUS SL	pequeña	Baleares	Ver más
117	9 ↑	AADIMATIQ SL	pequeña	Barcelona	Ver más
118	31 ↑	CALAMO & CRAN SL	pequeña	Madrid	Ver más
119	1 ↑	SIMULTANIA INTERPRETS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
120	49 ↓	TECHLINGUA GLOBAL SL.	pequeña	Madrid	Ver más
121	14 ↓	VERSALIA TRADUCCION S.L.	pequeña	Madrid	Ver más
122	7 ↓	LOCALVERSION SL	pequeña	Barcelona	Ver más
123	2 ↓	RM-SOFT TRANSLATION AND PUBLISHING SL	pequeña	Granada	Ver más
124	27 ↑	EUSKALGINTZA BULEGOA ITZULPENAK SL	pequeña	Bizkaia	Ver más
125	24 ↓	TRADUCTORES ASOCIADOS VALENCIA SOCIEDAD LIMITADA	pequeña	Valencia	Ver más
126	74 ↓	GESTION DE PROYECTOS Y TRADUCCIONES DE BARCELONA 2002 SL	pequeña	Barcelona	Ver más
127	6 ↑	ETYMON SOLUTIONS SLL	pequeña	Bizkaia	Ver más
128	9 ↑	ADAPTA TRANSLATIONS SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
129	0 →	INTERLINGUA TRADUCCIONS SL	pequeña	Pontevedra	Ver más
130	41 ↓	TRANSLITTERA SL	pequeña	Madrid	Ver más
131	7 ↑	AEROBIA AMBIENTAL S.L.	pequeña	Madrid	Ver más
132	1 ↓	STARTUL SL	pequeña	Barcelona	Ver más
133	7 ↑	GIRONINA DE TRADUCCIONS SL	pequeña	Gerona	Ver más
134	200 ↑	PEQUERRECHO SUBTITULACION SL	pequeña	Coruña	Ver más
135	11 ↑	TECLAT SL	pequeña	Barcelona	Ver más
136	0 →	TATUTRAD SL	pequeña	Sevilla	Ver más
137	21 ↓	MALLORCA PHONE ASSISTANCE SL	pequeña	Baleares	Ver más
138	52 ↑	AMR SCIENTIFIC TRANSLATIONS SL	pequeña	Madrid	Ver más
139	16 ↓	SIENS TRANSLATION SL	pequeña	Barcelona	Ver más
140	22 ↓	AKZENT LANGUAGE ENGINEERING SL	pequeña	Madrid	Ver más
141	50 ↓	FLEET STREET SL	pequeña	Madrid	Ver más
142	36 ↑	ACMTRAD SL.	pequeña	Lérida	Ver más
143	173 ↑	LAND STUDIOS CONSULTING SL	pequeña	Valencia	Ver más
144	16 ↓	TRADES SERVICIOS S.L.	pequeña	Madrid	Ver más
145	64 ↑	CAPLETRA SL	pequeña	Barcelona	Ver más

146	16 ↓	PREM DAN SL	pequeña	Madrid	Ver más
147	39 ↓	ARROYO TRADUCCIONES SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Sevilla	Ver más
148	13 ↓	UNIDAD TECNICA DE INNOVACION Y DESARROLLO SL	pequeña	Granada	Ver más
149	17 ↓	SARETIK HIZKUNTZA ZERBITZUAK SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
150	3 ↓	FINESA GESTIONES SL	pequeña	Alicante	Ver más
151	72 ↑	MARABEST SL	pequeña	Sevilla	Ver más
152	4 ↑	IBERONEWS SL	pequeña	Madrid	Ver más
153	99 ↑	MMV LANGUAGE SERVICES SL	pequeña	Barcelona	Ver más
154	35 ↑	VILLENQUA TRANSLATIONS SL.	pequeña	Málaga	Ver más
155	21 ↑	AUCTORITAS SL	pequeña	Madrid	Ver más
156	62 ↑	STRIKE TWO SL	pequeña	Madrid	Ver más
157	4 ↓	AGRUPACION DE INTERPRETES DE MADRID SL	pequeña	Madrid	Ver más
158	36 ↓	ONTRANSLATION & INTERPRETATION SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
159	12 ↑	A2Z TRADUCCIONES SL	pequeña	Madrid	Ver más
160	7 ↑	ADOSAGUAS SAYALERO SL	pequeña	Cantabria	Ver más
161	12 ↑	QUILLS LANGUAGE SERVICES S.L.	pequeña	Pontevedra	Ver más
162	57 ↑	THE SOUNDS OF SENSES GROUP SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Granada	Ver más
163	2 ↑	MIDORI SA	pequeña	Barcelona	Ver más
164	9 ↓	4SFERA INNOVA SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Gerona	Ver más
165	42 ↑	AVANZA TRADUCCIONES SLL	pequeña	Madrid	Ver más
166	6 ↓	ARGOS TRADUCCIONES Y SERVICIOS PROFESIONALES SOCIEDAD LIMITADA	pequeña	Valencia	Ver más
167	1 ↓	VIDAL INTERPRETES PROFESIONALES SL	pequeña	Barcelona	Ver más
168	80 ↑	LEXTRAD SJT SOCIEDAD LIMITADA	pequeña	Tarragona	Ver más
169	79 ↓	TRANSLATION AND SEO SERVICE SL.	pequeña	Valencia	Ver más
170	102 ↑	TRADUCCIONES Y GESTIONES SAN ROMAN SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Valencia	Ver más
171	1 ↓	QABIRIA STUDIO SLNE	pequeña	Barcelona	Ver más
172	3 ↓	ESTUDIO PROFESIONAL SL	pequeña	Murcia	Ver más
173	4 ↑	TRADUCCIONES TRAYMA SL	pequeña	Alicante	Ver más
174	32 ↑	ALPHABET SYSTEMS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
175	33 ↓	MANNERS TRADUCCIONS SL	pequeña	Barcelona	Ver más

176	(ND)	M KRAMEL CENTER SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Ciudad Real	Ver más
177	13 ↓	PUNTO MAS TRADUCCION Y SERVICIOS SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Bizkaia	Ver más
178	39 ↓	EDMONDS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
179	25 ↓	ANAVI TRADUCCION-INTERPRETACION SL	pequeña	Madrid	Ver más
180	28 ↓	ABROADLINK TRANSLATIONS SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Granada	Ver más
181	17 ↑	TRADECOM TRADUCCIONES E INTERPRETES SA	pequeña	Madrid	Ver más
182	15 ↑	EPSILON GLOBAL TRANSLATION SOLUTIONS SL	pequeña	Madrid	Ver más
183	24 ↓	ISEB TRADUCCION INDUSTRIAL SL	pequeña	Madrid	Ver más
184	41 ↓	POLISEMIA SL	pequeña	Madrid	Ver más
185	17 ↓	SUN TRANSLATIONS SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
186	17 ↑	DERRA I MESANZA SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Baleares	Ver más
187	102 ↓	XIAWAN SEA & FOOD SL.	pequeña	Pontevedra	Ver más
188	31 ↓	QUORUM TRADUCCION Y GESTION SL	pequeña	Madrid	Ver más
189	2 ↓	DEMIPAGE SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
190	14 ↑	AMARULA INTERPRETACION Y TRADUCCION S.L.	pequeña	Madrid	Ver más
191	58 ↑	THINK'Z INTERNATIONAL EUROPE SL	pequeña	Baleares	Ver más
192	9 ↓	SERVICIOS LINGUISTICOS INTEGRALES SL	pequeña	Madrid	Ver más
193	21 ↑	TRADUMOTS SOCIEDAD LIMITADA	pequeña	Gerona	Ver más
194	46 ↑	EXPRESION INTERNACIONAL SL	pequeña	Madrid	Ver más
195	20 ↓	CANARIAS CONTACT SL	pequeña	Palmas (las)	Ver más
196	0 →	ALLTIME CUSTOMISED SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
197	5 ↓	TRADUCCIONES ZB SL	pequeña	Zaragoza	Ver más
198	18 ↓	CABALLERIA-TRADUCCIONS AUTOEDICIO SL	pequeña	Gerona	Ver más
199	5 ↓	ALFA UNO SERVICIOS SL	pequeña	Madrid	Ver más
200	73 ↓	PRACTIGO IDIOMAS SL	pequeña	Alicante	Ver más

201	10 ↓	BIOTRANSLATIONS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
202	61 ↓	ANTEHAC SL	pequeña	Madrid	Ver más
203	42 ↓	DISCOBOLE LA COMPAGNIE DES TRADUCTEURS DU MIDI SL	pequeña	Barcelona	Ver más
204	27 ↑	CARMA TRADUCCION E INTERPRETACION SL	pequeña	Madrid	Ver más
205	24 ↑	VERSA SOLUCIONES MULTILINGUES SL	pequeña	Madrid	Ver más
206	11 ↓	ORCHESTRA SYSTEMS SL	pequeña	Madrid	Ver más
207	14 ↓	ENTHALPY TRADUCCION TECNICA SL	pequeña	Guadalajara	Ver más
208	84 ↓	CENTRO DE TRADUCCIONES CETEC SL	pequeña	Alicante	Ver más
209	24 ↓	MONDAY TRANSLATIONS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
210	81 ↑	ALPHABET TRADUCCIONES SL	pequeña	Madrid	Ver más
211	17 ↑	EQUUS TRADUCCIONES SL	pequeña	Granada	Ver más
212	33 ↑	NARTRAN TRANSLATIONS SL.	pequeña	Pontevedra	Ver más
213	29 ↓	ADIA INTER AGENCIA DE SERVICIOS SL	pequeña	Madrid	Ver más
214	48 ↑	ENAI E-CONSULTING INTERNACIONAL SL	pequeña	Madrid	Ver más
215	36 ↓	TRADUTECNIA SL	pequeña	Bizkaia	Ver más
216	8 ↓	NEWS CLIPS SL	pequeña	Madrid	Ver más
217	72 ↓	TRADUCCIONES CONTINENTAL SL	pequeña	Bizkaia	Ver más
218	8 ↓	IDIOMATIC LANGUAGE SERVICES SL	pequeña	Gerona	Ver más
219	28 ↑	HASTING TRADUCCIONES SL	pequeña	Madrid	Ver más
220	30 ↑	SCIENCEDIT SL	pequeña	Sevilla	Ver más
221	10 ↓	ASITEL SERVICIO DE INTERPRETACION TELEFONICA SL	pequeña	Zaragoza	Ver más
222	72 ↓	LINGUATRANS SERVICIOS LINGUISTICOS SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	La Rioja	Ver más
223	35 ↑	LINGUICS COMUNICACIO SL	pequeña	Barcelona	Ver más
224	20 ↑	BE LANGUAGES AND TRANSLATIONS SL	pequeña	Madrid	Ver más
225	63 ↓	METAFRASI TRADUCCIO I COMUNICACIO SL	pequeña	Barcelona	Ver más
226	44 ↓	RED MUNDO ARABE SOCIEDAD LIMITADA	pequeña	Madrid	Ver más
227	6 ↑	HEDAPEN GLOBAL SERVICES SL	pequeña	Bizkaia	Ver más
228	48 ↑	RESPALDO INFORMACION Y COMUNICACION SL	pequeña	Madrid	Ver más
229	48 ↓	AXIOMA SERVICIOS TRADUCCION Y CONSULTORIA SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Sevilla	Ver más
230	94 ↑	GOUINGLES SL	pequeña	Málaga	Ver más

231	15	TRADUCCIONES IMPOSIBLES SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
232	32	TRADULEX SL	pequeña	Madrid	Ver más
233	8	EXERO SOLUCIONES S.L.	pequeña	Guadalajara	Ver más
234	48	VERBATIM SA	pequeña	Madrid	Ver más
235	42	IDIOM CONCEPT SL	pequeña	Barcelona	Ver más
236	52	TRADUCCIONES AIDA SL	pequeña	Zaragoza	Ver más
237	1	A C INTERPRETE DE CONFERENCIAS SL	pequeña	Madrid	Ver más
238	75	MATIZ SOLUCIONES LINGUISTICAS SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Murcia	Ver más
239	27	ZITRO WORKS SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Sevilla	Ver más
240	25	JOHN E KENNEDY TECHNICAL LANGUAGE SERVICES SL	pequeña	Málaga	Ver más
241	9	TRADING COMMUNICATION AND SERVICES SL	pequeña	Barcelona	Ver más
242	47	INTRAWORDS SL.	pequeña	Madrid	Ver más
243	41	NRGETIC LANGUAGE SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
244	55	BIOMEDRED SL	pequeña	Madrid	Ver más
245	4	PHARMWRITE SL	pequeña	Madrid	Ver más
246	47	ROSETTA TESTU ZERBITZUAK SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
247	22	ROVIHUG SL	pequeña	Madrid	Ver más
248	9	WORDLAB TRANSLATION & LOCALISATION SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
249	63	T4RG3T DORONZO SL	pequeña	Barcelona	Ver más
250	28	BABELPHONE SL	pequeña	Barcelona	Ver más
251	17	LANGUAGE MATTERS ASSOCIATED SL	pequeña	Madrid	Ver más
252	80	NAKOM LINGUISTIC CONSULTANCY SL.	pequeña	Madrid	Ver más
253	37	ORIAL TRADUCCIONES SL	pequeña	Asturias	Ver más
254	24	BABEL GABINETE DE TRADUCCION SL	pequeña	Cantabria	Ver más
255	42	AREDOK SL	pequeña	Barcelona	Ver más
256	19	THE LANGUAGE CORNER SL.	pequeña	Madrid	Ver más
257	15	GTS TRANSLATION SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
258	23	AYCER GESTION INTEGRAL SL	pequeña	Navarra	Ver más
259	6	LINGUAGRAMA SL.	pequeña	Madrid	Ver más
260	36	AMAYA BRAVO DE URQUIA SL	pequeña	Madrid	Ver más

261	56	STANTON TRANSLATIONS SL	pequeña	Valencia	Ver más
262	6	WAI COMUNICACION SL	pequeña	Tenerife	Ver más
263	0	ALIMA TRANSLATIONS SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
264	59	ELETE TRADUCCIONES SL	pequeña	Sevilla	Ver más
265	0	SERVITRAD BUSINESS TRANSLATION CENTRE SL.	pequeña	Málaga	Ver más
266	45	LA CORRECCIONAL SERVEIS TEXTUALS SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
267	13	DOINA SERVEIS LINGUISTICS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
268	5	PUNTO Y COMA SL TRADUCTORES E INTERPRETES	pequeña	Madrid	Ver más
269	8	TRADUCCIONES MON SL	pequeña	Barcelona	Ver más
270	112	EQUIP D'INTERPRETS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
271	32	LEXPERT TRANSLATIONS SL	pequeña	Madrid	Ver más
272	46	BUSINESS TO BUSINESS TRANSLATION SERVICES SL	pequeña	Tarragona	Ver más
273	17	ALBADAT CONSULTORA SL	pequeña	Albacete	Ver más
274	14	VERITAS TRADUCCION Y COMUNICACION SL	pequeña	Guadalajara	Ver más
275	24	LEYENDA TRADUCCIONES SL	pequeña	Valencia	Ver más
276	38	BONA DICTA TRADUCCIONES SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
277	13	IMASOL MEDIA SL	pequeña	Barcelona	Ver más
278	71	CONTEXTUALIA GESTIO DE CONTINGUTS SL	pequeña	Barcelona	Ver más
279	77	EGEON TT SL.	pequeña	Madrid	Ver más
280	5	ENCARNACION M. NUÑEZ DEL REAL SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Jaén	Ver más
281	82	TEXT EXPERT TREATMENT SL	pequeña	Madrid	Ver más
282	10	PERE LLEONART GABINET D'ESTUDIS ECONOMICS SA	pequeña	Barcelona	Ver más
283	22	DAVID ROE TRANSLATIONS SL	pequeña	Ávila	Ver más
284	11	TRANSMARK SERVICIOS DE TRADUCCION SL.	pequeña	Madrid	Ver más
285	58	INTERPRETACION TRADUCCION Y COMUNICACIONES SL	pequeña	Málaga	Ver más
286	112	PALABARISTAS SL.	pequeña	Asturias	Ver más
287	86	AGENCIA DE TRADUCCION ABCTRANSLINK SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Tarragona	Ver más
288	33	INTER TRANSLATIONS SL.	pequeña	Madrid	Ver más
289	2	MYRIAD LANGUAGE SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
290	5	LE LION DE JEROME SL	pequeña	Pontevedra	Ver más

291	69 ↓	WORDSON TRADUCCIONES SLNE	pequeña	Cádiz	Ver más
292	28 ↓	NIL TRADUCCIONS SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
293	5 ↑	BULAT IMPROVE GOALS SL	pequeña	Tarragona	Ver más
294	35 ↑	ESKURA ITZULPEN ZERBITZUAK S.L.	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
295	6 ↑	CUINA DE LLETRES SL	pequeña	Lérida	Ver más
296	14 ↑	MORE THAN WORDS SL	pequeña	Madrid	Ver más
297	49 ↑	PANGEA SERVICIOS LINGUISTICOS SL.	pequeña	Madrid	Ver más
298	38 ↑	ARTIFACT TRANSLATIONS SL	pequeña	Alicante	Ver más
299	33 ↑	ADAR ADD SL	pequeña	Barcelona	Ver más
300	64 ↑	TOUT EN OFF SL	pequeña	Barcelona	Ver más
301	5 ↑	BABYLON TRANSLATIONS SL	pequeña	Palmas (las)	Ver más
302	18 ↑	LANCASTER TRANSLATIONS SL	pequeña	Ávila	Ver más
303	60 ↓	S. T. I. WORLD S.L.	pequeña	Navarra	Ver más
304	37 ↓	GLOBAL TRANSLATION PARTNER SL	pequeña	Madrid	Ver más
305	18 ↑	QUALITY TRANSLATION SERVICES SL	pequeña	Madrid	Ver más
306	85 ↑	HT LOCALIZATION EUROPE SL.	pequeña	Madrid	Ver más
307	36 ↓	TRADUCCIONES ORFEL SL	pequeña	Madrid	Ver más
308	4 ↑	PIT GENYARTE-COMUNICACION Y LENGUAJE SL	pequeña	Madrid	Ver más
309	2 ↑	TRANSLATIONS US SL	pequeña	Madrid	Ver más
310	6 ↓	ASOCIADAS BEATRIZ Y MARIA COMUNICACION MULTILINGUE SL.	pequeña	Madrid	Ver más
311	14 ↑	LINGUA SPAIN LANGUAGE SERVICES SL.	pequeña	Madrid	Ver más
312	29 ↑	MARFIL COMUNICACIONES SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Granada	Ver más
313	54 ↓	CONSULTING MORESOL SL	pequeña	Alicante	Ver más
314	14 ↑	ART IN TRANSLATION SL	pequeña	Madrid	Ver más
315	29 ↓	TIMES NEW ROMAN SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más

316	50 ↓	TRADUCCION Y LOCALIZACION BABELPRO SL	pequeña	Barcelona	Ver más
317	9 ↓	DESCRIPTIK SL	pequeña	Barcelona	Ver más
318	24 ↓	T & T SPANSERVICE SL	pequeña	Barcelona	Ver más
319	19 ↑	IPSOFACTO INTERPRETES Y TRADUCTORES SL	pequeña	Madrid	Ver más
320	41 ↓	INTERPRETES Y TRADUCTORES DEL SUR SL	pequeña	Sevilla	Ver más
321	95 ↓	TRADULAB SL	pequeña	Gerona	Ver más
322	37 ↑	SERVICIOS INTEGRALES DE LENGUA DE SIGNOS SL	pequeña	Madrid	Ver más
323	24 ↑	J GALVEZ RENERO SL	pequeña	Murcia	Ver más
324	45 ↑	CLIP COMUNICACION Y RECURSOS SL	pequeña	Málaga	Ver más
325	37 ↑	LEON HUNTER SL	pequeña	Madrid	Ver más
326	7 ↓	SERVICIOS AMBIENTALES GREEN HISPANICA S.L.	pequeña	Badajoz	Ver más
327	24 ↓	VALTIMA SL	pequeña	Madrid	Ver más
328	11 ↑	TIP-TOP TRANSLATIONS SL.	pequeña	Castellon	Ver más
329	37 ↑	TOTKLAR LANGUAGE SERVICES SL	pequeña	Barcelona	Ver más
330	9 ↓	LOOK LANGUAGE SERVICES SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
331	51 ↓	CONTEN SERVICIOS LINGUISTICOS SL	pequeña	Madrid	Ver más
332	2 ↓	PASCUAL-SELIS SL.	pequeña	Gerona	Ver más
333	(ND)	ALL-PURPOSE LANGUAGE COACHING SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
334	37 ↓	DICTIOS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION SL	pequeña	Madrid	Ver más
335	28 ↓	ALBISA ENGINEERING FOR LANGUAGE AND ELECTRONIC DOCUMENTS S.L.	pequeña	Madrid	Ver más
336	23 ↓	ACENTUAL SL	pequeña	Madrid	Ver más
337	56 ↓	TRADUCCIONES Y TRANSCRIPCIONES ESAN SL	pequeña	Arava,Álava	Ver más
338	64 ↓	TRADURAPID COMERCIO ELECTRONICO DE TRADUCCIONES SL	pequeña	Valencia	Ver más
339	4 ↓	HERONTRAD LINGUISTIC SOLUTIONS SL.	pequeña	Castellon	Ver más
340	48 ↑	ASIALINK CONSULTING SL	pequeña	Madrid	Ver más
341	24 ↑	BRABO TRADUCCIONES SL	pequeña	Alicante	Ver más
342	20 ↓	ELOCUTIO SERVICIOS LINGUISTICOS S.L.	pequeña	Guadalajara	Ver más
343	28 ↓	MOLDAVA SL	pequeña	Madrid	Ver más
344	32 ↑	ARY TRADUCCIONES-TRANSLATIONS SL	pequeña	Palmas (las)	Ver más
345	(ND)	GLOBAL READER SL.	pequeña	Madrid	Ver más

346	15	LOCPROS SL	pequeña	Lugo	Ver más
347	(ND)	INCLAN CONGRESOS SL	pequeña	Madrid	Ver más
348	2	DIME NETWORK INTERNATIONAL SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
349	6	ASESORES DULCINEA 10 BIS SL.	pequeña	Madrid	Ver más
350	6	BABEL TRADUCCIONES SL	pequeña	Granada	Ver más
351	14	MARIANO FRANCISCO MUÑOZ SL	pequeña	Albacete	Ver más
352	82	SHIELDS STUART WILLIAM 000459334Q SLNE	pequeña	Granada	Ver más
353	17	INTERPRETES DE CONFERENCIAS SL	pequeña	Valencia	Ver más
354	21	L MARTINEZ REOL SL	pequeña	Palencia	Ver más
355	39	NORINTAL BUSINESS GROUP SL.	pequeña	Málaga	Ver más
356	24	PRISCILLA CHASE SL	pequeña	Asturias	Ver más
357	55	INTRATRAD GABINETE DE TRADUCCION SL	pequeña	Zaragoza	Ver más
358	17	KULSHEY SL.	pequeña	Madrid	Ver más
359	50	NEOATLAS TRADUCCIONES SL	pequeña	Madrid	Ver más
360	3	CEIX TRANSLATIONS SL	pequeña	Madrid	Ver más
361	8	CALIOLOGIA SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
362	31	TRADUCCIONES ANNE LACROIX SL	pequeña	Barcelona	Ver más
363	15	LECTURA FACIL EUSKADI IRAKURKETA ERRAZA SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Bizkaia	Ver más
364	3	ART WAVE SL	pequeña	Pontevedra	Ver más
365	148	GM TRADUCTORES SA	pequeña	Barcelona	Ver más
366	21	BENEPLACITO SL	pequeña	Madrid	Ver más
367	28	SANSCRIT CONSULT SL.	pequeña	Barcelona	Ver más
368	68	AMM BUSINESS TRANSLATION CENTER SL	pequeña	Madrid	Ver más
369	14	INVERSO TRADUCCIONS I SERVEIS SL	pequeña	Gerona	Ver más
370	23	COMUNIEUROASIA SL	pequeña	Madrid	Ver más
371	20	DIXON SERVICIOS LINGUISTICOS SL	pequeña	Valencia	Ver más
372	24	GESTIONES Y TRAMITACIONES GLOBALES SL	pequeña	Valencia	Ver más
373	10	MODIGLIANI SL	pequeña	Málaga	Ver más
374	12	GLOBAL BRIDGE SL	pequeña	Barcelona	Ver más
375	4	ARTBLITZ SL	pequeña	Madrid	Ver más

376	14	JURAMELO SOCIEDAD LIMITADA.	pequeña	Murcia	Ver más
377	7	ENVIRONMENTAL TECHNOLOGY SOLUTIONS SL.	pequeña	Huelva	Ver más
378	1	MALVAR TRADUCCIONES SL	pequeña	Coruña	Ver más
379	155	GOIHATA SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
380	22	TRADUCCIONES NORTE SL	pequeña	Coruña	Ver más
381	67	ABECEDARIO SERVICIOS LINGUISTICOS SPONZA SL	pequeña	Madrid	Ver más
382	9	ESFORA CONSULTORIA SOCIEDAD LIMITADA	pequeña	Asturias	Ver más
383	4	VERBAVOLANT SERVICIOS LINGUISTICOS SL.	pequeña	Madrid	Ver más
384	10	AD VERBATIM TRADUCCIONES SL	pequeña	Granada	Ver más
385	17	QUALITAS ANALITICA ALIMENTARIA SL	pequeña	Lérida	Ver más
386	46	PROMEGAR SL	pequeña	Barcelona	Ver más
387	5	EBUNDA TECHNOLOGIES SL.	pequeña	Palencia	Ver más
388	1	BABELCRAFT S.R.L.	pequeña	Murcia	Ver más
389	7	SAIOA UZKIANO SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
390	18	CONFIRMA GLOBAL SERVICES SL	pequeña	Alicante	Ver más
391	39	INTERPUNCT TRANSLATIONS SL	pequeña	Valencia	Ver más
392	(ND)	VERSIONS TRANSLATION SERVICES SL.	pequeña	Madrid	Ver más
393	12	ALPHA MEDICAL DATA SL	pequeña	Madrid	Ver más
394	67	ECO TRADUCTORES SLNE.	pequeña	Coruña	Ver más
395	53	INDIGO INTERPRETES SL	pequeña	Madrid	Ver más
396	11	GRAHAM LANGUAGE SERVICES SL	pequeña	Zaragoza	Ver más
397	18	IN TWO WORDS SL.	pequeña	Coruña	Ver más
398	15	TRADUCCIONES MONREAL SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
399	45	LEXICALS TRANSLATION SA	pequeña	Madrid	Ver más
400	44	INTERPRETES LOGOS SL	pequeña	Valencia	Ver más
401	41	AEGINIAN TRADUCCIONES SL	pequeña	Castellon	Ver más
402	76	TRADUCCIONES POSADAS SL	pequeña	Gipuzkoa	Ver más
403	7	WORTLAIN SL	pequeña	Navarra	Ver más

Fuente: <http://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-7430.html>