

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS EN  
TRADUCCIÓN DE DOCUMENTOS E INTERPRETACIÓN SIMULTÁNEA EN EL IDIOMA  
INGLÉS

ANDRÉS GUILLERMO CÁRDENAS PARRA,  
EDGAR CAMILO PARRA GRUESO  
& CRISTIAN ANDRÉS RIVEROS CUBILLOS

UNIVERSIDAD ECCI  
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS  
TESIS DE GRADO  
BOGOTÁ D.C, 2017

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS EN  
TRADUCCIÓN DE DOCUMENTOS E INTERPRETACIÓN SIMULTÁNEA EN EL IDIOMA  
INGLÉS

ANDRÉS GUILLERMO CÁRDENAS PARRA,  
EDGAR CAMILO PARRA GRUESO  
& CRISTIAN ANDRÉS RIVEROS CUBILLOS

Trabajo de grado presentado para optar al título de Profesional en Lenguas Modernas

ASESORA

OLGA LUCIA BARBOSA

Contadora pública

Magister en educación

UNIVERSIDAD ECCI

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y HUMANAS

PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ D.C, 2017

Nota de Aceptación

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma Jurado

Bogotá D.C., \_\_\_\_\_

## **Dedicatoria**

Dedicamos este proyecto a Dios, por iluminarnos y acompañarnos en los momentos de duda y vulnerabilidad. A nuestros padres por apoyarnos desde pequeños y por formarnos como las personas competentes que somos hoy en día. A la universidad y a sus maestros quienes nos brindaron todo su conocimiento y nos acompañaron en todo nuestro proyecto académico y a todas las personas que de alguna manera han influenciado nuestra vida.

## **Agradecimientos**

A Dios por darnos la vida. A nuestros padres por haber creído en nosotros y en nuestras habilidades desde el principio y por habernos motivado a siempre dar lo mejor. A nuestros profesores quienes con paciencia nos otorgaron gran parte de sus conocimientos, en especial nuestros tutores quienes nos acompañaron en todo el proceso de realización de este proyecto y finalmente a la universidad por permitirnos ser parte de ella, preparándonos para nuestro futuro y formándonos como profesionales fidedignos, responsables y con rigor académico.

A todos gracias.

**Tabla de Contenidos**

Tabla de Contenidos .....	vi
Lista de tablas .....	ix
Lista de figuras.....	xi
Introducción .....	1
1. Marco teórico .....	3
1.1 Técnicas y tipos de traducción e interpretación .....	4
1.1.1 Técnicas de traducción.....	5
1.1.2 Tipos de traducción.....	6
1.1.3 Tipos de interpretación .....	7
2. Planteamiento del problema.....	8
3. Justificación .....	12
4. Idea de negocio .....	14
5. Objeto económico .....	14
6. Estructura Organizacional.....	14
6.1 Organigrama .....	14
6.2 Objetivo general.....	15
6.3 Objetivos específicos .....	15
6.4 Misión .....	15
6.5 Visión.....	16
7. Imagen Corporativa .....	17
7.1 Marca .....	17

	vii
7.2 Logo .....	17
7.3 Slogan .....	18
8. Estudio técnico.....	20
8.1 Planta física.....	20
8.2 Planta administrativa.....	21
8.3 Planta de producción.....	21
9. Marco legal .....	22
9.1 Normas reglamentarias de manejo y funcionamiento.....	22
9.1.1 Normas .....	22
9.1.2 Políticas y Reglas internas de Manejo .....	23
9.2 Impacto Social .....	24
10. Estudio de mercado.....	26
10.1 Tipos de mercado .....	26
10.1.1 Mercado Objetivo .....	26
10.1.2 Mercado Potencial .....	26
10.1.3 Segmentación de nichos de mercado .....	26
10.2 Productos sustitutos .....	26
10.2.1 Servicios sustitutos.....	26
10.2.2 Productos complementarios .....	27
10.3 Competencia y matriz de análisis FODA.....	27
10.3.1 Competencia .....	27
10.3.2 Matriz de análisis propio FODA.....	29
10.3.3 Estrategias FODA .....	30

10.3.4 Matriz de análisis competitivo FODA .....	31
10.4 Población y muestra .....	32
10.5 Instrumento de recolección de datos .....	32
10.6 Tabulación y análisis de datos .....	33
11. Análisis Financiero .....	44
11.1 Tabla de cargos y salarios .....	45
11.1.1 Cargos y salarios máximos .....	45
11.1.2 Cargos y salarios mínimos .....	46
11.2 Tabla de activos .....	48
11.2.1 Tabla de activos máximos .....	48
11.2.2 Tabla de activos mínimos .....	49
11.3 Tablas de costos .....	50
12. Costeo .....	55
12.1 Valor máximo de la inversión y punto de equilibrio .....	55
12.2 Valor mínimo de la inversión y punto de equilibrio .....	57
13. Sistemas de apalancamiento .....	59
14. Fondos de capital de riesgo .....	61
15. Conclusiones .....	63
Bibliografía .....	65
Anexos .....	68

**Lista de tablas**

Tabla 1. Matriz análisis propio FODA .....	29
Tabla 2. Estrategias FODA.....	30
Tabla 3. Matriz análisis competitivo.....	31
Tabla 4. Tabulación pregunta N°1 .....	33
Tabla 5. Tabulación pregunta N°2 .....	34
Tabla 6. Tabulación pregunta N°3 .....	35
Tabla 7. Tabulación pregunta N°4 .....	36
Tabla 8. Tabulación pregunta N°5 .....	37
Tabla 9. Tabulación pregunta N°6 .....	38
Tabla 10. Tabulación pregunta N°7 .....	39
Tabla 11. Tabulación pregunta N°8 .....	40
Tabla 12. Tabulación pregunta N°9 .....	41
Tabla 13. Tabulación pregunta N°10 .....	42
Tabla 14. Cargos y Salarios Máximos .....	46
Tabla 15. Cargos y Salarios Mínimos.....	48
Tabla 16. Activos máximos .....	49
Tabla 17. Activos mínimos.....	50
Tabla 18. Costo traducción simple.....	52
Tabla 19. Costo traducción técnica.....	53
Tabla 20. Costo interpretación.....	54
Tabla 21. Inversión Máxima.....	55

	x
Tabla 22. Valor todos los servicios.....	56
Tabla 23. Ingresos por años .....	56
Tabla 24. Inversión Mínima.....	57
Tabla 25. Valor todos los servicios.....	57
Tabla 26. Ingresos por años .....	58

**Lista de figuras**

Figura 1. Organigrama HOTAM S.A.S .....	14
Figura 2. Logo HOTAM S.A.S.....	17
Figura 3. Plano planta baja.....	20
Figura 4. Plano primer piso.....	20
Figura 5. Plano planta administrativa .....	21
Figura 6. Plano planta de producción .....	21
Figura 7. Gráfico circular pregunta N°1.....	33
Figura 8. Gráfico circular pregunta N°2.....	34
Figura 9. Gráfico circular pregunta N°3.....	35
Figura 10. Gráfico circular pregunta N°4.....	36
Figura 11. Gráfico circular pregunta N°5.....	37
Figura 12. Gráfico circular pregunta N°6.....	38
Figura 13. Gráfico circular pregunta N°7.....	39
Figura 14. Gráfico circular pregunta N°8.....	40
Figura 15. Gráfico circular pregunta N°9.....	41
Figura 16. Gráfico circular pregunta N°10.....	42
Figura 17. Gráfico Punto de equilibrio máximo .....	56
Figura 18. Gráfico Punto de equilibrio mínimo.....	58

## **Introducción**

El presente documento es un plan de negocios, el cual tiene como objetivo demostrar la viabilidad de un proyecto de emprendimiento basado en la traducción de documentos comerciales y especializados y la interpretación simultánea en el idioma inglés como una idea viable, sostenible y rentable de empresa. La idea se constituyó entre los tres realizadores de esta tesis, a través del proceso de formación académica del programa de pregrado de Lenguas Modernas en la Universidad ECCI, en la ciudad de Bogotá.

Impulsados por la gran demanda de traducciones observada en la universidad y la relativa falta de oportunidades para los estudiantes recién egresados, se decidió idear un proyecto emprendedor en el cual, se pudiera probar todos los conocimientos profesionales, al idear un plan de negocios atractivo y rentable, que al mismo tiempo brindara oportunidades laborales a nuestros colegas lingüistas.

Por lo cual se realizó un estudio de mercado, con el fin de determinar el rango de operatividad que una empresa prestadora de servicios en traducción de documentos e interpretación simultánea, tendría el mercado actual. Para éste fin, una investigación simple en base a encuestas e indagación de competencia fue llevada a cabo, en dónde una muestra de quince (15) importantes empresas del sector fue cuestionada sobre la utilidad de los servicios prestados por la empresa descrita en este proyecto.

En este documento se encuentran todos los apartados pertinentes para poder llevar a cabo la creación de la empresa. Desde los objetivos y la misión, la descripción de los servicios, la operación numérica, contable y de recursos que determina el monto de inversión necesario para poder ejecutar el plan de negocio, análisis de competencia y mercado hasta los métodos y fondos de financiación existentes.

## 1. Marco teórico

“La globalización es no sólo un fenómeno puramente económico, sino también cultural. Es necesario pensar la traducción dentro de un mundo donde las fronteras toman nuevas dimensiones que distinguen e integran a partir de la diferencia constitutiva. El avance tecnológico y de Internet han permitido que la globalización sea una realidad ineludible en el mundo actual; el traductor no es ajeno a esta realidad en la cual debe adaptarse y actualizar sus conocimientos, habilidades y herramientas de trabajo para mantenerse al ritmo de las nuevas tecnologías y asimilar las nuevas lenguas nacidas de ellas que, paulatinamente, nos están llevando hacia un idioma común” López García, Pino & Caro (2014).

Es por ello, que tanto la traducción como la interpretación juegan un papel importante en los contextos actuales, son habilidades que requieren de la teoría y la práctica, por tal motivo las personas que quieran desempeñar la labor de traductor e interprete, deben contar con los conocimientos no meramente básicos sino de profundidad, pues trasladar un texto o un discurso de un idioma a otro manteniendo su esencia seguirá mejorándose y adaptándose con el pasar de los años.

Vale aclarar que los conceptos de traducción e interpretación han surgido desde que el ser humano ha reconocido las diferentes lenguas que ellos mismos han empleado desde el inicio de los tiempos, hasta la antigua Grecia y luego la razón de la necesidad establecida en el siglo XX.

García Yebra (1994) confirma la importancia de la traducción a finales del siglo XX, revelando la gran influencia de esta en la cultura, el comercio y los negocios; no solo desde antes sino también en los tiempos modernos, aprecia como en la época actual esta práctica comercial poco a poco ha ido cambiando, considerando que antes el arte de traducir e interpretar eran menospreciados, pero hoy en día se ha llegado a dar premios a la traducción. Es como se incluye dentro de las universidades promover la traducción y la interpretación, para responder a las necesidades de las empresas, asociaciones, revistas, entre otros.

### **1.1 Técnicas y tipos de traducción e interpretación**

La traducción a diferencia de lo que popularmente se cree, no es simplemente pasar un texto de un idioma a otro, para llevar esto a cabo es necesario tener en cuenta varios métodos o en este caso técnicas que puedan aplicarse con respecto al texto determinado, dígase al tipo de la traducción.

De igual manera Valdivia Campos (1995) expone; que la interpretación es una actividad humana tan antigua e igual de importante como la traducción y que a diferencia de la última es una traducción oral instantánea, no escrita ni textual y la define como una operación sobre el discurso mediante la cual el intérprete efectúa la transmisión del sentido del discurso de la lengua original formulándolo en la lengua terminal.

### ***1.1.1 Técnicas de traducción***

Molina Martínez (como se cita en Carr, 2013) propone un listado el cual reúne todos los tipos de traducción existentes, basándose en diferentes técnicas de diversos teóricos, dichas técnicas son: adaptación, ampliación lingüística, amplificación, calco, compensación, compresión lingüística, creación discursiva, descripción, equivalente acuñado, generalización, modulación, particularización, préstamo, reducción, sustitución, traducción literal, transposición y variación.

Se puede inferir, en base al conocimiento personal, que algunas técnicas son más apropiadas para traducir en cuanto se refiere a textos comerciales y/o especializados, en donde la mayoría de veces se debe traducir literalmente, como:

- Adaptación: Cambio o adecuación de una idea o elemento del documento original al documento meta, tomando en cuenta principalmente aspectos culturales.
- Calco: Traducción literal de la palabra.
- Descripción: La palabra o término del documento original cambia por su significado o descripción en el documento meta.
- Equivalente acuñado: Uso de un término propio de la segunda lengua que posea el mismo significado que el de la lengua de origen.
- Préstamo: Integración de una palabra en el documento meta tal y como está en el documento origen.

- Traducción literal: Al igual que el calco, traducción palabra por palabra.
- Transposición: Se presenta un cambio gramatical que no cambia la idea de la oración.

### ***1.1.2 Tipos de traducción***

Debido a que los textos no tratan los mismos temas, estos son divididos en tipos de traducción, por eso cada texto debe abordarse con diferentes técnicas de traducción puesto que no importa si se encuentra en la misma categoría que otro, la temática nunca será la misma, al igual que la intención de la traducción.

Falzo (2005) hace referencia a dos tipos de traducción, la traducción literaria y a traducción de textos especializados, afirmando que:

La traducción literaria se produce en un contexto exclusivamente sociocultural, puesto que sus textos no tienen, por lo general, una finalidad profesional sino que están destinados al disfrute o formación intelectual, lingüística y cultural de los lectores, además de cumplir con el anhelo comunicativo del autor.

Asegura igualmente que dentro de la traducción de textos especializados, se encuentra la traducción de textos jurídicos, administrativos y científicos, los cuales rigen de ciertos elementos y técnicas fundamentales, puesto que el vocabulario suele ser altamente específico y verídico y su traducción no puede cambiar el sentido del contexto o de su significado.

Por otra parte Mayoral Asensio (s.f) hace mención a la traducción económica, la cual abarca todos los conceptos que se relacionen directamente con el dinero y las finanzas; y la traducción comercial o mercantil donde se considera los textos escritos generados por la operación de comercio, dígase documentos de pago, avales, contratos, documentos de seguro, entre otros. Asegurando que la uniformidad que se presenta con respecto a los tipos de textos que se presentan en esta categoría es muy alta.

### ***1.1.3 Tipos de interpretación***

A diferencia de la traducción, la interpretación no se presenta a nivel textual sino a nivel oral y no solo se enfoca en traducir las palabras a la segunda lengua, también en transmitir las ideas que expone el orador original en su totalidad. Valdivia Campos (1995) muestra dos tipos de interpretación: la interpretación consecutiva y la interpretación simultánea. Valdivia afirma que en la interpretación consecutiva “el intérprete escucha el mensaje de la lengua original, generalmente tomando apuntes y lo reproduce en lengua terminal, inmediatamente después de la intervención del orador con todo el significado y en el mismo orden de conceptos”. A diferencia de la interpretación simultánea, en la cual el intérprete realiza una traducción o reformulación instantánea del discurso del orador original, teniendo en cuenta el significado de las palabras para no perder el sentido de lo que se quiere transmitir.

## 2. Planteamiento del problema

El desarrollo del comercio internacional ha sido influenciado por aspectos como: la alta movilidad entre países, la globalización de los mercados y el auge de nuevas tecnologías de información, como también por respuesta efectiva ante estos aspectos por parte de las empresas que buscan crecimiento en mercados del exterior.

Estos aspectos han generado cambios en la economía mundial, cambios que impulsan a las empresas a buscar crecimiento y a dirigir su atención a mercados extranjeros, todo esto de da entorno a la globalización, puesto que su impacto les genera posibilidades de competir y lograr los objetivos.

Considerándose la globalización como un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico donde la integración e interdependencia son los protagonistas. Es el resultado de la consolidación del capitalismo, de los principales avances tecnológicos (revolución tecnológica) y de la necesidad de expansión del flujo comercial mundial

Es por ello que se desarrollan términos como la globalización de mercados y la globalización de producción donde las empresas arriban a un mercado internacional buscando posicionar su producto y/o servicio teniendo como objetivo oportunidades que permitan un crecimiento exponencial.

Este proceso trae beneficios y riesgos para las organizaciones donde las compañías aprovechan las oportunidades que esta brinda, siendo así donde ellas pueden lograr un posicionamiento dentro del comercio internacional, alcanzando expansión y crecimiento. A su vez aquellas empresas conservadoras que no se proyecten sus productos, servicio, o marcas quedaran expuestas a la inestabilidad económica de los mercados locales, donde puede ser víctimas y declinar en sus operaciones.

De igual forma la globalización se presentan otros factores que motivan a las organizaciones a fijar su mirada en mercados internacionales como: El debilitamiento del mercado doméstico y el impulso por parte del gobierno a las compañías hacia una expansión externa buscando incrementar el intercambio con el ánimo de reducir su déficit comercial. Es como las empresas responden positivamente hacia el comercio integro, interdependiente y mundial cuando se percatan de cambios desfavorables en la demanda de su producto o marca en el mercado local, o cuando perciben estímulos por parte del gobierno para buscar mercados en el exterior.

La macroeconomía o economía globalizada trae beneficios económicos a las empresas, por su flexibilidad en materia de productividad puesto que las compañías productoras poseen diversas ubicaciones globales en las cuales es mejor producir, debido a los precios competitivos, otro beneficio es la consolidación de la marca en un mercado mayor. Gracias al impacto de la globalización, es para las empresas más accesible

ingresar a un mercado internacional, y así a mediano o largo plazo su marca puede ser consolidada logrando un prestigio y reconocimiento en los países que vaya alcanzando.

El acceso a estos beneficios tiene un solo requerimiento: el manejo del inglés en el sector empresarial, sin embargo según el Índice de Nivel de Inglés para compañías (EPI-c), de EF Education First, catalogado como el más completo en este ámbito en el mundo, Colombia es uno de los países en el ámbito empresarial que presenta mayor falencias en cuanto al manejo del inglés ocupando el puesto 49 entre los 72 países analizados en el estudio (EF, 2016).

Así mismo hay razones a las que se debe esta situación, la primera es que en donde más se evidencia esta falencia es en los altos directivos, según un estudio de la Revista Portafolio (2015), donde afirma que solamente el 50,4% de los directivos encuestados manifestaron ser bilingües, debido a que las personas que ocupan estos cargos son de mayor edad y dentro de su proceso académico no se contó con el idioma dentro de sus currículos, y en esos momentos no era evidente esta necesidad, pues la economía se movía de forma pausada o interna.

Todo esto obliga a las compañías de participar en un Sistema Armonizado que demanda el mercado internacional y a obtener los beneficios de la economía globalizada donde se gesta el mundo empresarial. Es así la importancia de contar dentro de las compañías con empleados que manejen el idioma Inglés, como factor estratégico de

desarrollo interno, y tomar ventaja frente a las otras empresas del sector y contar con la incursión en un mercado extranjero.

En Colombia, la globalización ha influido en las empresas, naturalmente, estableciendo una necesidad de comunicarse en inglés para poder competir y mantenerse en el mercado global pues como lo afirmó Nicolás Barraso, experto en idiomas del Departamento de Formación de EADS para Cambridge Spain & Portugal, la única manera de trabajar con eficacia pero también de hacerse con una cultura empresarial propia ajena a los problemas que se puedan presentar entre trabajadores de distintas procedencias. El llamado “inglés internacional”, de hecho, cumple esa función de ser un idioma de todos, sin estar ligado a una nacionalidad concreta. Es entonces, precisamente su desconocimiento en la mayoría de los casos la causal de problemas de competitividad, el intercambio, los negocios y la productividad en el mercado colombiano, De acuerdo a Maldonado, K (2007) la preparación en una negociación internacional “debe incluir manejo de otro idioma, la disponibilidad de material como catálogos traducidos al idioma requerido; contar con información detallada y precisa sobre el producto a ofrecer, tener una amplia cultura de Internet, y dejar de lado la improvisación tan característica de los colombianos.”

### 3. Justificación

La globalización es un fenómeno social y cultural que debido a su impacto ha traído modificaciones y cambios radicales tomando relevancia en aspectos fundamentales de la actualidad: La economía y los negocios. La aparición de este fenómeno con el paso del tiempo ha dejado como huella; que el dominio del inglés, denominado como idioma universal, sea un factor imprescindible influyendo en las personas y principalmente en las empresas, ya que es un agente clave en el funcionamiento y crecimiento de estas. Gracias a que la globalización rompe el término de fronteras el proceso de conquistar mercados extranjeros es para las empresas más accesible, viéndose como una oportunidad para salir hacia otros países y ofrecer sus productos. En este proceso, sea cual sea el continente el inglés es factor clave para alcanzar el éxito.

En el mundo laboral el saber este idioma puede convertirse en una llave para encontrar un empleo, y si se domina en su totalidad será el medio para acceder a puestos de mayor relevancia dentro de una empresa. De acuerdo a estudios realizados por la OCCMundial, se afirma que el idioma inglés y hablarlo en el mundo de los negocios se ha convertido en un requisito.

Colombia es uno de esos países, según el artículo de la revista Semana (2016), en el cual se desarrolla este tema, los colombianos asocian el dominio del inglés con una mejor calidad de vida y afirman que el dominio de este idioma les permite contar mayor acceso a empleos con mejores salarios. Sin embargo debido a los factores ya

mencionados, en el país solamente un 4.1% de la población cuenta con un nivel avanzado de esta lengua, lo cual si se proyecta a gran escala es un elemento perjudicial para el sector productivo y por consiguiente del país.

Todo este conglomerado de razones y contando con el conocimiento obtenido y habilidades desarrolladas durante el proceso académico, son el motivo que impulsa la idea de crear y establecer HOTAM S.A.S como idea de negocio, cuya prioridad es brindar un acompañamiento a las empresas durante las negociaciones prestando un servicio de traducción e interpretación, contando con todas las técnicas necesarias para traducir documentos de cualquier tipo, ofreciendo este servicio también a personas naturales. Fortaleciendo a las compañías en su participación en el mundo empresarial permite influyendo positivamente en su acceso a mercados internacionales.

#### 4. Idea de negocio

Crear una empresa enfocada en el sector de las traducciones comerciales y especializadas y las interpretaciones simultáneas del idioma español al idioma inglés y viceversa.

#### 5. Objeto económico

La empresa HOTAM S.A.S ofrece servicios en traducción comercial y especializada e interpretación simultánea especializándose en los idiomas inglés y español. Se localizará en el Barrio El Morisco, Carrera 73<sup>a</sup> #89-13, Localidad de Engativá, Bogotá D.C.

#### 6. Estructura Organizacional

##### 6.1 Organigrama

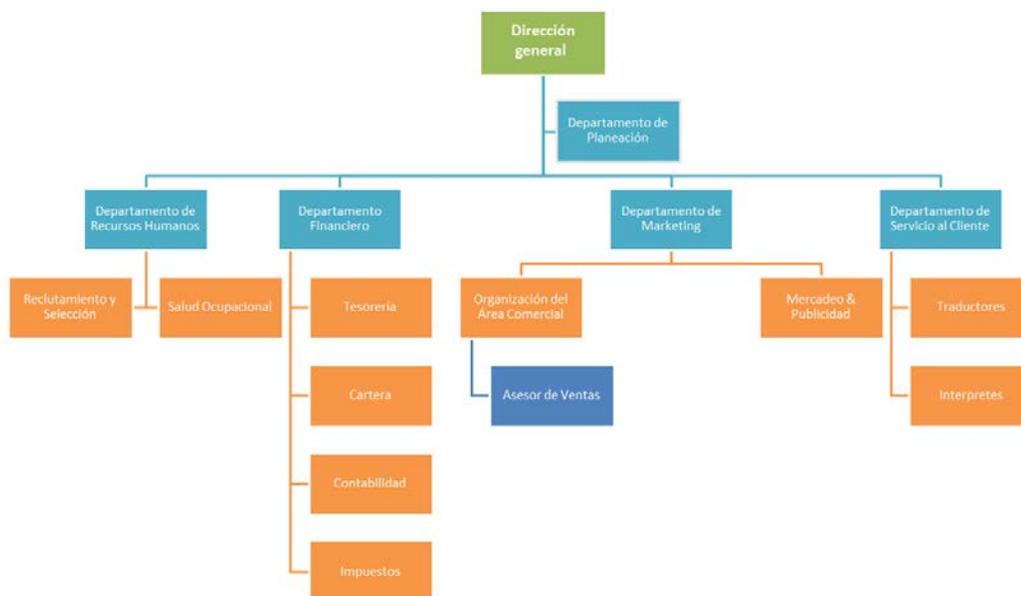


Figura 1. Organigrama HOTAM S.A.S

## **6.2 Objetivo general**

Ofrecer servicios en traducción de documentos comerciales y especializados e interpretación simultánea en inglés y español para empresas, empresarios y personas naturales que deseen incursionar en un mercado internacional.

## **6.3 Objetivos específicos**

- Dar a conocer los servicios que ofrece HOTAM S.A.S mediante métodos publicitarios.
- Estudiar el mercado de las traducciones e interpretaciones en el ámbito empresarial.
- Desarrollar estrategias comerciales que afiancen los servicios de traducción e interpretación.
- Ser el puente que conecte a las empresas con los negocios en el mercado internacional.

## **6.4 Misión**

HOTAM S.A.S es una empresa prestadora de servicios en traducción de documentos a nivel comercial o especializado, y en interpretación simultánea, en los idiomas inglés -español y de manera inversa, dirigido a empresarios y personas naturales de la ciudad de Bogotá, garantizando calidad en la legitimidad de sus contenidos.

## **6.5 Visión**

Para el año 2025 HOTAM S.A.S se posicionará cómo una empresa líder en el campo de la traducción de documentos e interpretación simultánea en los idiomas inglés y español, en la ciudad de Bogotá D.C.

## 7. Imagen Corporativa

### 7.1 Marca

Las siglas HOTAM, hacen referencia a **H**ouse **O**f **T**ranslation **A**nd **M**anagement, cuya traducción al español es: Casa De Traducción Y Administración. El apartado de administración surgió en los inicios de la idea de negocio y representaba el servicio de asesoría administrativa. La marca HOTAM es distintiva, indica su origen y es fácil de pronunciar y recordar.

### 7.2 Logo



*Figura 2. Logo HOTAM S.A.S*

El logo de HOTAM S.A.S se representa mediante una H, letra inicial del nombre de la empresa, la cual se compone de los siguientes elementos: Dos pilares conforman las líneas verticales de la H, uno al lado izquierdo representando las empresas o personas que contratan el servicio prestado por HOTAM S.A.S y el otro, al lado derecho, representa el mercado internacional que quieren alcanzar. En medio de los de los pilares actuando como línea central de la H, se encuentra una curva estilizada que representa a HOTAM

S.A.S y se muestra como una especie de puente, ya que con los servicios ofrecidos se ayuda a conectar dichos pilares más fácilmente. Las tres estrellas hacen referencia a los servicios que esta proporciona: Traducción comercial, traducción especializada e interpretación simultánea; todo esto bajo el nombre de la compañía: HOTAM S.A.S.

Finalmente el uso y combinación de los colores borgoña y turquesa oscuro, representan respectivamente según la teoría del color elegancia, pasión y fuerza y cercanía, crecimiento e inteligencia, características que representan a la empresa y llaman la atención de los clientes.

### **7.3 Slogan**

*“You think it, we say it”*: Es el slogan de HOTAM S.A.S el cual expresa de manera atractiva y fácil de recordar los servicios de traducción e interpretación, donde básicamente se trasladan las ideas y esencia de los clientes de un idioma a otro.

El slogan original es presentado en inglés, idioma de los negocios e idioma principal que se emplea en HOTAM S.A.S. y también posee una traducción al español, segundo idioma que la empresa utiliza:

- “Tú lo piensas, nosotros lo decimos”

El uso del pronombre personal Tú se da para demostrar amistad y cercanía, elementos con los que se identifican los clientes y que hacen la relación empresa-cliente mucho más próspera.

## 8. Estudio técnico

### 8.1 Planta física

HOTAM S.A.S al ser una empresa que se enfoca en la prestación de servicios, solamente contará con una planta física que cumplirá el papel de punto de producción y comercio. Esta se ubicará en el Barrio El Morisco, Carrera 73<sup>a</sup> #89-13, Localidad de Engativá, Bogotá D.C. A continuación se presenta el plano de la misma.

Planta Baja:



*Figura 3. Plano planta baja*

Primer Piso:



*Figura 4. Plano primer piso*

## 8.2 Planta administrativa

La planta administrativa se ubicara en el área denominada “Oficina” que aparece señalada en el plano de la siguiente manera.



*Figura 5. Plano planta administrativa*

## 8.3 Planta de producción

De igual manera para la planta de producción, no se requiere un espacio considerablemente grande para la prestación del servicio, ya que no se hace uso de maquinaria pesada, por tanto se ubicara en la misma área



*Figura 6. Plano planta de producción*

## 9. Marco legal

### 9.1 Normas reglamentarias de manejo y funcionamiento

#### 9.1.1 Normas

- a.** La norma de calidad ISO 17100:2015 es una norma internacional de calidad que anula y sustituye la norma europea UNE-EN 15038:2006. La norma ISO 17100 incluye disposiciones para los proveedores de servicios de traducción (PST) relativas a la gestión de los procesos primordiales, los requisitos mínimos de cualificación, la disponibilidad y gestión de recursos, y otras acciones necesarias para la prestación de un servicio de traducción de calidad.
- b.** La norma de calidad ISO 17100 establece las competencias y cualificaciones que debe cumplir el personal a cargo de las tareas de traducción: traductores, revisores y otros profesionales. Esta norma internacional de calidad detalla los requisitos para todos los aspectos del proceso de traducción que repercuten directamente en la calidad y prestación de los servicios de traducción.
- c.** Ley 23 de 1982 de (enero 28), sobre derechos de autor en Colombia
- d.** Todas las normas de funcionamiento, legales y fiscales de acuerdo a lo requeridas para los establecimientos de servicios; cómo lo son la ley 232 de 1995 y el decreto 1879 de 2008.

### ***9.1.2 Políticas y Reglas internas de Manejo***

Con el fin de contar con una cultura organizacional estructurada se determinan horarios de trabajo y de almuerzo. Tiempos determinados para el desarrollo de los trabajos, y detalles en la presentación personal.

#### ***9.1.2.1 Políticas***

Las políticas son un reflejo del compromiso del proyecto. Por lo tanto estas también mostrarán la ideología de la empresa y el camino que esta tomará a través de una serie de lineamientos; claros, precisos y contundentes. En pro del desarrollo integral de los procesos corporativos. Estas políticas buscan resaltar la responsabilidad, la pulcritud, la honestidad, la calidad, la sana convivencia en el lugar de trabajo y demás valores en los que HOTAM S.A.S. cree fielmente. Para tal fin se desarrollaron las políticas que van desde el cumplimiento de la carga laboral, la solicitud de retroalimentación y/o segunda opinión, la legalidad de contratos y el compromiso de calidad en los proyectos.

#### ***9.1.2.2 Reglas***

En pro del buen devenir del proyecto, HOTAM S.A.S. contará con una serie de reglas, las cuales serán útiles para establecer el buen orden y el cumplimiento. Las ya mencionadas reglas van desde horas de ingreso y salida, tiempo máximo de desarrollo de proyectos (traducciones e interpretaciones), hasta numerales de reglamento y lineamiento institucional como la prohibición de bebidas alcohólicas y el buen vestir.

## 9.2 Impacto Social

Las actividades de las compañías (bien sea de producción, comercialización, etc.) traen como consecuencia un impacto social que posiblemente afecta a la comunidad, por ende para disminuir o anular dicho impacto las empresas deben aplicar la responsabilidad social. Se entiende por Responsabilidad Social “la contribución voluntaria de una empresa al mejoramiento social, económico y ambiental, bien sea en lo interno o en lo externo” (Larrotta, S. Sierra, O. 2010) Esta contribución está reglamentada en Colombia en el proyecto de ley 70 de 2010 del senado de la república. Por la cual se definen normas sobre la responsabilidad empresarial, la protección infantil, como la ley 15 de 1925 que busca la protección de esta población enfatizando en la educación y la alfabetización. También se definen otras problemáticas que nacen del impacto de la industria y se dictan otras disposiciones efectuadas por el Congreso de la Republica de Colombia.

De acuerdo con el proyecto de ley 70 de 2010 del senado (artículo n°6) toda empresa debe escatimar el impacto social que acarree su actividad comercial, y siguiente a eso deberá establecer medidas que permitan anular el impacto o minimizarlo. Por ende las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones de la organización deben ser planeadas teniendo en cuenta su responsabilidad social focalizando en aspectos como la protección de la niñez, la erradicación del trabajo infantil, la erradicación de la pobreza, el respeto de los derechos humanos y los comportamiento responsables ambientales basados en la prevención y la reparación de los daños ambientales.

HOTAM S.A.S como empresa, debido a la serie de leyes y normas que se rigen debe ser socialmente responsable. Por ende en primer lugar debe identificar y evaluar el impacto social debido a su actividad, dicho impacto tendrá lugar en el medio ambiente ya que para prestar su servicio necesitaría de gran cantidad de papel, lo cual afectaría al medio ambiente. En segundo lugar debe evaluar la comunidad vecina y hallar una manera de contribuir a su mejoramiento social, económico y ambiental. Después de un análisis se encontró que en dicha locación hay contaminación de basuras.

Por ende HOTAM S.A.S ha establecido una medida apropiada que permita minimizar su impacto y a la vez mejorar las condiciones sociales externas. Como lo establecen las leyes n° 1259 del 2008 y la ley 1466 el cuidado del medio ambiente en materia de desechos y basuras es obligatorio debido a su efecto negativo en la integridad ambiental, y por ende se ha creado una acción que permita cumplir estas leyes y contribuir al mejoramiento ambiental. La medida efectuada es un sistema de reciclaje dentro de la empresa, donde los trabajadores reciclen la mayor cantidad de papel. Por otro lado se establecerá la misma medida en el sitio donde se encuentra la empresa, esto con el objetivo de que la comunidad pueda reciclar y arrojar sus basuras de la manera correcta. De esta manera HOTAM S.A.S contribuye al mejoramiento social y ambiental interna y externamente.

## **10. Estudio de mercado**

### **10.1 Tipos de mercado**

#### ***10.1.1 Mercado Objetivo***

Empresas, Empresarios y/o Personas con algún tipo de relación comercial internacional que se ubique en la ciudad de Bogotá.

#### ***10.1.2 Mercado Potencial***

Personas naturales que requieran servicios especializados de traducción y/o interpretación, tecnólogos o profesionales residentes en la ciudad de Bogotá.

#### ***10.1.3 Segmentación de nichos de mercado***

- Interpretación simultanea.
- Interpretación consecutiva.
- Traducción de documentos comerciales.
- Traducción de documentos especializados.

### **10.2 Productos sustitutos**

#### ***10.2.1 Servicios sustitutos***

- Traductores independientes o freelance.
- Auricular traductor en tiempo real.

### ***10.2.2 Productos complementarios***

- Servicios de traducción Online.

## **10.3 Competencia y matriz de análisis FODA**

### ***10.3.1 Competencia***

En este segmento se estudiarán las empresas que ofrecen el mismo servicio que HOTAM S.A.S y que debido a la cercanía o que comparten la misma ciudad se consideran competencia directa. Existen 2 empresas consideradas como competencia de HOTAM S.A.S (interpretación y traducción): MLA TRADUCTORES Y ASOCIADOS y la ACTI.

MLA TRADUCTORES Y ASOCIADOS maneja una amplia gama de idiomas: inglés, francés, Alemán, italiano y portugués, y ofrece los servicios de traducción e interpretación en estos idiomas. La empresa cuenta con sedes en Bogotá, Cali y Cartagena. En el cual maneja un rango de precios en traducción desde los 10.000 COP hasta los 90.000 COP por página dependiendo del idioma, siendo el inglés el idioma Inglés el factor común entre HOTAM S.A.S y MLA; por el cual la mencionada compañía cobra 13.000 COP frente a los 13.400 COP de HOTAM S.A.S. En cuanto a interpretación simultánea se refiere, MLA (2016) cobra un valor de 600.00 COP en su servicio básico, contando con otras ramas de interpretación según lo requiera el cliente, frente a los 556.280 COP de servicio estándar por hora de HOTAM S.A.S.

La ACTI, es la asociación colombiana de traductores e intérpretes, en si su servicio se encarga de servir como puente entre un cliente y un traductor y/o interprete. El servicio funciona de la siguiente manera: La asociación se encarga de buscar un profesional que pueda servir al cliente, así que la asociación es un intermedio entre el cliente y el profesional, en el cual cobra a 12.500 COP la página traducida en el idioma Inglés, y en el servicio de interpretación cobra una tarifa moderadora que se cobra acorde al interprete que vaya a prestar el servicio.

### 10.3.2 Matriz de análisis propio FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p><b>F1</b> Al ser una empresa que apenas está iniciando, los costos por el servicio pueden ser más bajos.</p> <p><b>F2</b> Contar con personal plenamente capacitado y certificado.</p> <p><b>F3</b> Poca competencia existente en el campo laboral.</p> <p><b>F4</b> Calidad de la empresa con respecto a sus servicios.</p> <p><b>F5</b> Contar con aspectos innovadores como el acompañamiento durante las negociaciones al igual que su accesibilidad.</p>	<p><b>O1</b> Posibilidades de ampliación.</p> <p><b>O2</b> El aumento del comercio y relaciones con empresas extranjeras.</p> <p><b>O3</b> Respuesta positiva de clientes potenciales.</p> <p><b>O4</b> Interés y atracción de nuevos socios y/o inversionistas.</p> <p><b>O5</b> Prestación de nuevos productos o servicios o mejoramiento de los actuales para atender necesidades de los clientes.</p>
 <p><b>HOTAM S.A.S</b></p>	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p><b>D1</b> Tener una estrecha línea de servicios.</p> <p><b>D2</b> Tener una débil imagen en el mercado.</p> <p><b>D3</b> Poca experiencia en el verdadero campo laboral.</p> <p><b>D4</b> Falta de una planta física cuya ubicación llame la atención de los clientes.</p> <p><b>D5</b> Posible presupuesto limitado en el crecimiento de la empresa.</p>	<p><b>A1</b> El servicio no es atractivo a los clientes y lo consideran un gasto innecesario.</p> <p><b>A2</b> La innovación que se puede presentar por parte de otras empresas.</p> <p><b>A3</b> Posible publicidad negativa.</p> <p><b>A4</b> Surgimiento de nuevas empresas que ejerzan la misma actividad.</p> <p><b>A5</b> El mercado no está creciendo de acuerdo a lo esperado.</p>

Tabla 1. Matriz análisis propio FODA

### 10.3.3 Estrategias FODA

<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Maximizar-Maximizar</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Minimizar-Minimizar</b></p>
<p><b>FO1.</b> Promover la calidad del servicio y de los empleados para llamar la atención de inversionistas y socios. <b>(F2-O4)</b></p> <p><b>FO2.</b> Fomentar la importancia del servicio prestado más el acompañamiento en negociaciones para atraer más clientes. <b>(F5-O3)</b></p>	<p><b>DA1.</b> Desarrollar un plan de marketing, generando diferenciación de competencia. <b>(D2-A2)</b></p> <p><b>DA2.</b> Capacitar al personal o contratar nuevo que posea conocimiento en otras distintas lenguas y así ampliar la línea de servicios. <b>(D1-A1)</b></p>
<p><b>HOTAM S.A.S</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Maximizar-Minimizar</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Minimizar-Maximizar</b></p>
<p><b>FA1.</b> Motivar a los posibles clientes, enseñando el ahorro que conseguirán al utilizar nuestros servicios <b>(F1-A1)</b></p> <p><b>FA2.</b> Estar al tanto de la competencia para poder mantenerse en el mercado competitivo sin dejarse opacar. <b>(F5-A2)</b></p>	<p><b>DO1.</b> Implementar estrategias que promuevan el nombre de la empresa con el fin de penetrar nuevos nichos de mercado. <b>(D2-O1)</b></p> <p><b>DO2.</b> Ofrecer arduamente los servicios prestados para adquirir fama y experiencia y así poder atraer más clientes nacionales e internacionales. <b>(D3-O1)</b></p>

*Tabla 2. Estrategias FODA*

### 10.3.4 Matriz de análisis competitivo FODA

HOTAM S.A.S	ACTI
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p><b>F1</b> Al ser una empresa que apenas está iniciando, los costos por el servicio pueden ser más bajos.</p> <p><b>F2</b> Contar con personal plenamente capacitado y certificado.</p> <p><b>F3</b> Poca competencia existente en el campo laboral.</p> <p><b>F4</b> Calidad de la empresa con respecto a sus servicios.</p> <p><b>F5</b> Contar con aspectos innovadores como el acompañamiento durante las negociaciones al igual que su accesibilidad.</p>	<p><b>O1</b> El actual posicionamiento de la empresa en el mercado impone un prestigio, generando confianza en la clientela. Lo cual influye positivamente en su fidelización y preferencia por esta empresa.</p> <p><b>O2</b> La necesidad de las empresas y compañías de incursionar en un mercado extranjero, como consecuencia del impacto de la globalización. Lo cual le da relevancia e imprescindibilidad al servicio de traducción e interpretación.</p> <p><b>O3</b> El servicio prestado por ACTI se encuentra disponible en una gran variedad de idiomas (inglés, francés, español, alemán, Portugués), lo cual trae como consecuencia la ampliación de su alcance en cuanto a clientes potenciales.</p>
 <p><b>HOTAM S.A.S</b></p>	
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p><b>D1</b> Tener una estrecha línea de servicios.</p> <p><b>D2</b> Tener una débil imagen en el mercado.</p> <p><b>D3</b> Poca experiencia en el verdadero campo laboral.</p> <p><b>D4</b> Falta de una planta física cuya ubicación llame la atención de los clientes.</p> <p><b>D5</b> Posible presupuesto limitado en el crecimiento de la empresa.</p>	<p><b>A1</b> La empresa solo funciona como intermediaria entre el cliente y el traductor, esto la libra de cargas de responsabilidad pero al mismo tiempo impide que tenga control sobre la persona que presta el servicio, poniendo en riesgo la calidad del servicio.</p> <p><b>A2</b> Debido al auge de la globalización y sus consecuencias, pueden surgir otras empresas que presten el mismo servicio. Es decir la competencia aumenta para una misma cantidad de clientes.</p> <p><b>A5</b> Su servicio no es catalogado como necesidad primordial para el funcionamiento de una organización, sino es una ventaja competitiva, un plus. Así que no es de gran relevancia para las empresas haciendo que no opten por este servicio con frecuencia, o simplemente no lo requieran.</p>

Tabla 3. Matriz análisis competitivo

#### **10.4 Población y muestra**

La población a la cual se acude está determinada por empresarios y personas naturales que utilizan este tipo servicios de la ciudad de Bogotá, Colombia.

La muestra que será seleccionada de la población consta de empresarios, únicamente se encuestaran 15 personas para que el número de encuestados sea proporcional al número de preguntas que se realizaran en la encuesta.

#### **10.5 Instrumento de recolección de datos**

Un instrumento de recolección de datos es de suma importancia al realizar una investigación sea cual sea su tipo, ya que con su ayuda se puede testear y analizar el ambiente en el cual esta se encontrara, además de hallar resultados que harán que la indagación pueda ser exitosa y dar frutos de una manera eficiente y eficaz.

Para el proyecto se tomó como instrumento recolector de información la encuesta con preguntas abiertas y cerrada, utilizando variables como: Si, No, ¿Por qué?, ¿Cuál/Cuáles?, ¿Cuántos? Además de escalas. Con el fin de determinar de manera fácil y sencilla la agrupación y caracterización de los datos y el análisis de los resultados teniendo en cuenta el propósito planteado por esta, el cual es determinar la factibilidad que puede tener HOTAM S.A.S en el mercado de la traducción de documentos e interpretación simultanea.

## 10.6 Tabulación y análisis de datos

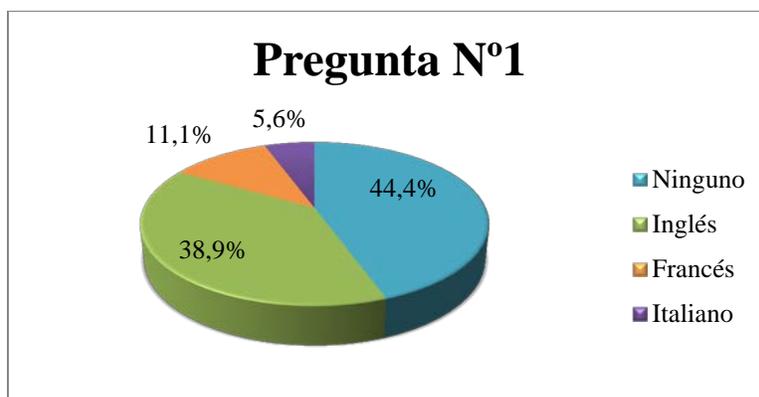
Después de aplicar las encuestas a la población, se tabulan y analizan los datos pregunta por pregunta de la siguiente manera: se plantea la pregunta, junto con las opciones detallando la frecuencia con la cual cada opción fue escogida más su porcentaje, para las preguntas que poseen la variable ¿por qué? Se toman y juntan las palabras clave para así resumir las opiniones de la población encuestada; todo esto con el propósito de concluir y llegar a un veredicto.

### 1. ¿Cuántos idiomas domina usted aparte del español? ¿Cuál(es)?\*

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Ninguno	8	44,4%
Inglés	7	38,9%
Francés	2	11,1%
Italiano	1	5,6%
Total	15 (18)	100,0%

*Tabla 4. Tabulación pregunta N°1*

\*Debido a que algunos de los encuestados aseguraron dominar más de un idioma, la muestra total se amplía a 18 (número total de respuestas) para poder abarcar el 100%.



*Figura 7. Gráfico circular pregunta N°1*

Como se observa en la gráfica el 44,4% de la población encuestada afirma no poder dominar un segundo idioma aparte de su lengua materna, el español, por otra parte el 38,9% asegura dominar el idioma inglés, mientras que un 11,1% domina el idioma francés y un 5,6% el italiano. Cabe aclarar que debido a que parte de la población encuestada aseguró poseer dominio de más de un idioma, el valor de dicha población fue adaptado para poder ser graficado y analizado correctamente. Según estos resultados se evidencia la necesidad de la población de hacer uso de elementos que faciliten la comunicación en otro idioma aparte del español.

2. ¿Considera usted importante implementar un segundo idioma dentro de la comunicación organizacional?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Sí	15	100,0%
No	0	0%
¿Por qué?	Apertura económica, globalización, oportunidades y crecimiento internacional, proyección personal y empresarial.	
Total	15	100,0%

*Tabla 5. Tabulación pregunta N°2*



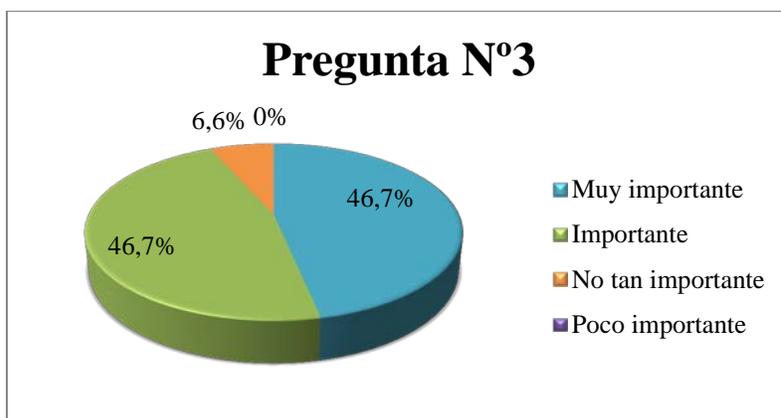
*Figura 8. Gráfico circular pregunta N°2*

De la gráfica se analiza que con respecto a la pregunta el 100% de la población encuestada considera importante la implementación de un segundo idioma aparte de la lengua materna en el ámbito empresarial; las mayores razones por la que los encuestados consideran esto son el impacto de la globalización, las oportunidades de apertura económica y de crecimiento internacional, al igual que el incremento de la proyección personal y empresarial. Se demuestra así que en efecto es necesario el uso y manejo de una segunda lengua dentro de la comunicación organizacional.

3. Teniendo en cuenta la siguiente escala ¿En qué orden de importancia considera la implementación de un segundo idioma en su empresa?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Muy importante	7	46,7%
Importante	7	46,7%
No tan importante	1	6,6%
Poco importante	0	0%
Total	15	100,0%

*Tabla 6. Tabulación pregunta N°3*



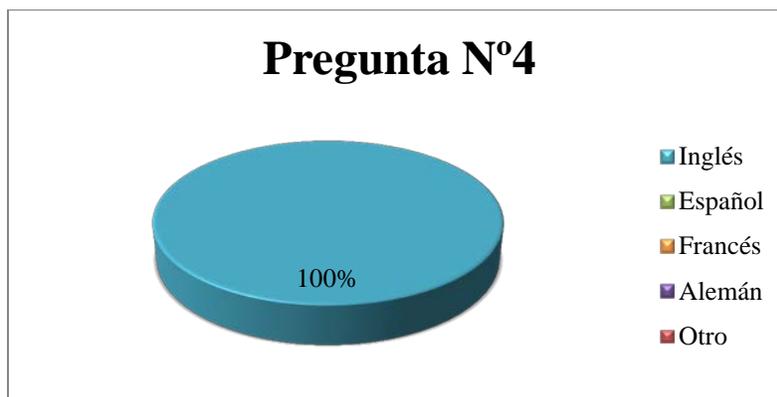
*Figura 9. Gráfico circular pregunta N°3*

Con respecto a la gráfica un 46,7% de la muestra considera como muy importante la implementación de una segunda lengua en una organización, de igual manera otro 46,7% la considera solamente importante, mientras que un 6,6% afirma que no es tan importante; se puede deducir así que la mayor parte de la población estima la implementación de un segundo idioma en la empresa en un área de alta relevancia.

4. ¿Cuál considera que es el idioma más relevante respecto a negociaciones internacionales?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Inglés	15	100,0%
Español	0	0%
Francés	0	0%
Alemán	0	0%
Otro	0	0%
Total	15	100,0%

*Tabla 7. Tabulación pregunta N°4*



*Figura 10. Gráfico circular pregunta N°4*

Según los resultados de la gráfica el 100% de la población tomada como muestra afirma que el idioma principal referente a las negociaciones internacionales es el inglés, por tanto es importante para HOTAM S.A.S asegurar que el idioma inglés es el principal para prestar sus servicios.

5. ¿Qué otro idioma aparte del inglés considera usted, que se utiliza en los negocios?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Alemán	2	13,3%
Chino mandarín	9	60,0%
Francés	2	13,3%
Árabe	1	6,7%
Otro: Portugués	1	6,7%
Total	15	100,0%

Tabla 8. Tabulación pregunta N°5

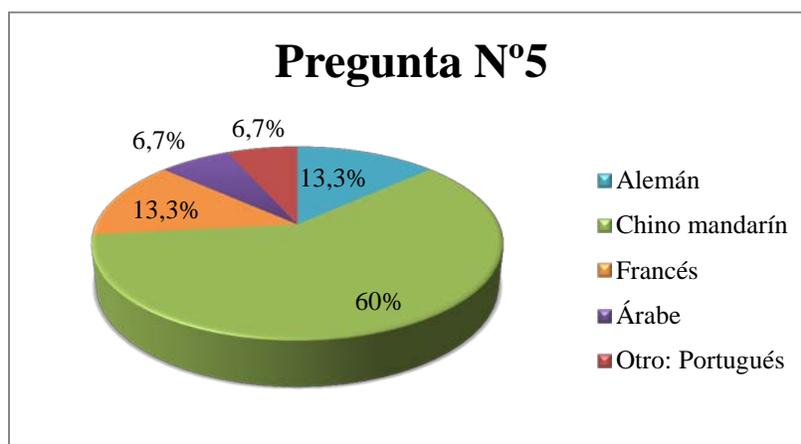


Figura 11. Gráfico circular pregunta N°5

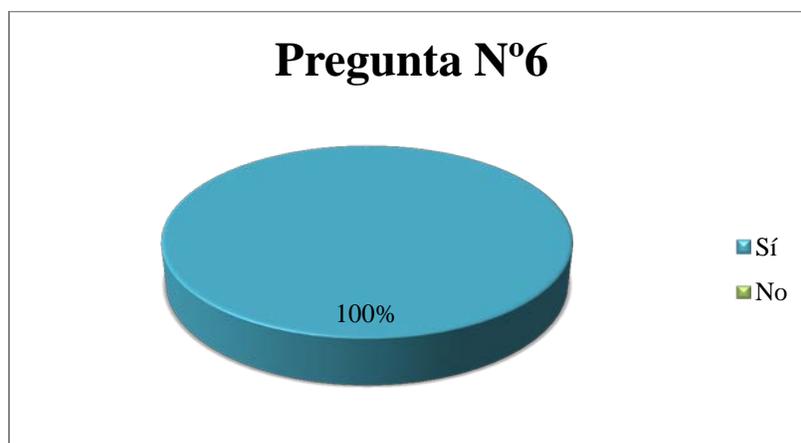
Como se puede ver en la gráfica el 60,0% de la población encuestada considera que el siguiente idioma más importante en el mundo de los negocios, después del inglés, es el chino mandarín, seguido por el alemán y el francés ambos con un porcentaje del

13,3%, finalmente un 6,7% escogió el árabe al igual que un 6,7% agregó el portugués en la opción “otros”. Este análisis determina que si en el futuro HOTAM S.A.S decide ampliar sus servicios de traducción e interpretación a otro idioma, el mandarín tiene más posibilidades de ser su primera opción.

6. ¿Cree usted que debido a la globalización, las empresas colombianas se han visto obligadas a negociar en otro idioma?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Sí	15	100,0%
No	0	0%
¿Por qué?	Generar negociaciones, necesidad, comercio libre y tratados, debida comunicación, competencia a nivel global.	
Total	15	100,0%

*Tabla 9. Tabulación pregunta N°6*



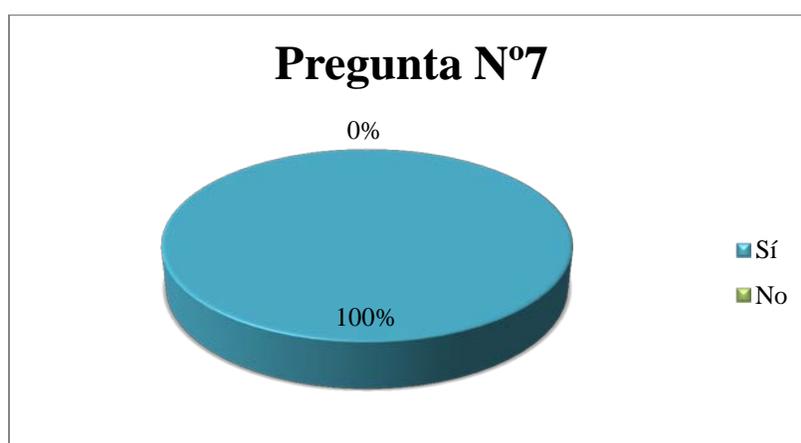
*Figura 12. Gráfico circular pregunta N°6*

En la gráfica anterior el 100% de la población encuestada asegura que las empresas colombianas han tenido que adaptarse y forzarse a aprender a negociar en otro idioma, todo esto gracias a la globalización, principalmente para poder generar debidas negociaciones, mejorar la comunicación y competencia global y porque es una necesidad en un mercado donde el comercio libre y los tratados son cada vez más comunes.

7. ¿Considera usted que el manejo de un segundo idioma en los negocios es una ventaja competitiva para la economía colombiana?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Sí	15	100,0%
No	0	0%
¿Por qué?	Facilidad de negociación, surgimiento de oportunidades, desarrollo de la empresa y del país, mejoramiento de la comunicación.	
Total	15	100,0%

*Tabla 10. Tabulación pregunta N°7*



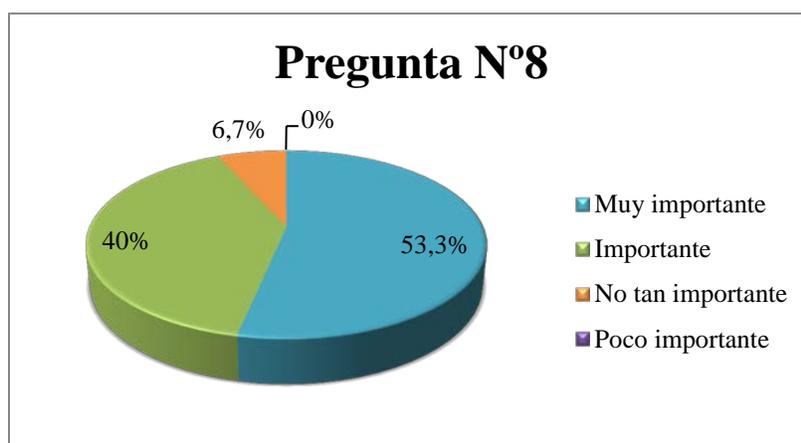
*Figura 13. Gráfico circular pregunta N°7*

Según los resultados representados en la gráfica el 100% de los encuestados consideran que en efecto el dominio y manejo de una segunda lengua es un factor positivo para el progreso de la economía colombiana, ya que proporciona más facilidad al momento de negociar, mejora la comunicación entre empresas generando oportunidades y aumentando el desarrollo de la misma empresa y del país.

8. Teniendo en cuenta la siguiente escala ¿Qué orden de importancia le daría al servicio de traducción e interpretación?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Muy importante	8	53,3%
Importante	6	40,0%
No tan importante	1	6,7%
Poco importante	0	0,0%
Total	15	100,0%

*Tabla 11. Tabulación pregunta N°8*



*Figura 14. Gráfico circular pregunta N°8*

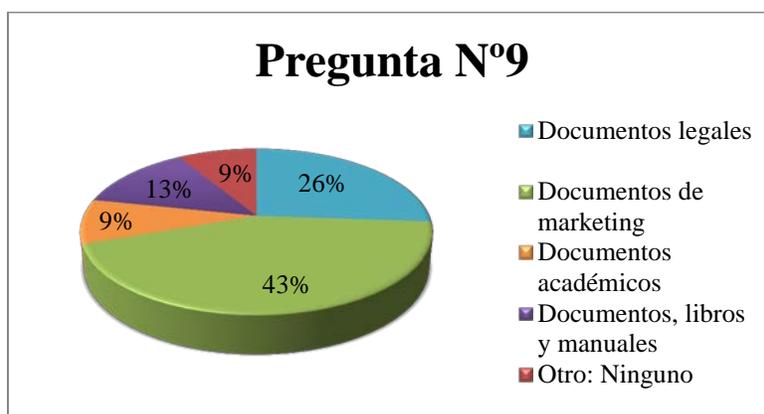
Con respecto a la gráfica el 53,3% de la población muestreada asegura que los servicios de traducción e interpretación son muy importantes, seguido por un 40% que los considera únicamente importantes, finalmente un 6,7% constata que no son tan importantes; viendo los resultados la mayoría de la población posiciona los servicios de traducción e interpretación en un rango de importancia alto, aspecto beneficioso para HOTAM S.A.S.

#### 9. ¿Qué tipo de documentos suele traducir?\*

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Documentos legales	6 (3)	26,1%
Documentos de marketing	10	43,5%
Documentos académicos	2	8,7%
Documentos, libros y manuales	3 (2)	13,0%
Otro: Ninguno	2	8,7%
Total	15 (23)	100,0%

*Tabla 12. Tabulación pregunta N°9*

\*Debido a que algunos de los encuestados marcaron más de una respuesta, la muestra total se amplía a 23 (número de respuestas obtenidas) para poder abarcar el 100%.



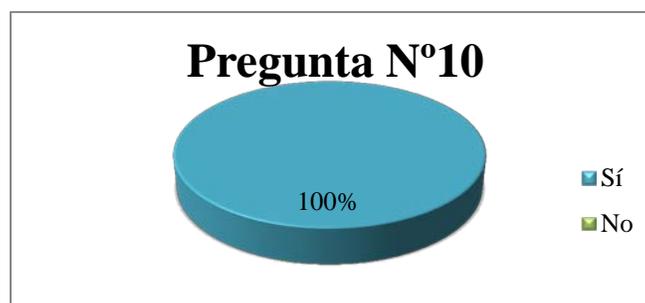
*Figura 15. Gráfico circular pregunta N°9*

Con respecto a la pregunta de qué tipo de documentos la población suele traducir, se obtiene que un 43% usualmente traduce documentos de marketing, un 26% documentos legales, un 13% los documentos simples (sin vocabulario específico), libros y manuales, mientras que los documentos académicos al igual que ningún tipo de documento en absoluto poseen un porcentaje del 9% (aproximado). Al igual que en preguntas anteriores el valor total de la muestra ha sido ampliado con el fin de tabular y estudiar los datos más eficazmente. Estos resultados ayudan a hacer entender a HOTAM S.A.S los posibles tipos de documentos que serán más probables para traducir.

10. ¿Considera viable la idea de negocio ofrecida por HOTAM S.A.S?, en el servicio de traducción de documentos e interpretación simultánea en el idioma inglés para las organizaciones.

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Sí	10	100,0%
No	0	0%
¿Por qué?	Globalización, falta del idioma, facilitar negociaciones, ayuda para el crecimiento organizacional.	
Total	15	100,0%

*Tabla 13. Tabulación pregunta N°10*



*Figura 16. Gráfico circular pregunta N°10*

El análisis de la pregunta final y su gráfica expone que el 100% de la población tomada como muestra asegura que la idea de negocio HOTAM S.A.S, prestadora del servicio de traducción de documentos e interpretación simultánea en el idioma inglés principalmente enfocada en las organizaciones, es en efecto una idea viable, ya que con la globalización y la falta de idiomas ayuda a facilitar el proceso de negociación al igual que a incentivar el crecimiento organizacional. Todos estos resultados motivan a HOTAM S.A.S para surgir cómo un negocio próspero y eficaz que ayude a contribuir con las empresas colombianas y al mismo país.

## **11. Análisis Financiero**

Según la cartilla Ser Empresario del SENA y la Revista Dinero (2007), el análisis financiero tiene como objetivo resumir los recursos monetarios y cuantificar el capital disponible para poner en marcha el negocio.

Realizar un estudio de análisis financiero es vital para una empresa que está comenzando a surgir al igual que una ya existente; a través de este se pueden interpretar resultados de decisiones previas al igual que analizar nuevas posibilidades que afecten a la empresa, todo esto principalmente en el ámbito monetario. Con un buen análisis financiero se determina el futuro de las inversiones y decisiones tomadas por las organizaciones, todo esto para evitar fracasar en el intento de surgir, o de continuar prestando sus servicios.

HOTAM S.A.S al igual que cualquier empresa debe conocer cuánto dinero es necesario invertir al igual que los gastos, bienes (activos) y pagos de salarios a empleados (nómina) con los que tiene que lidiar, para poder dar inicio con mano firme el proyecto o idea de negocio, de manera propia y organizada y así reducir el riesgo de fracaso. A continuación se muestran tablas en donde se encuentra la información que respecta al análisis financiero de HOTAM S.A.S.

## 11.1 Tabla de cargos y salarios

### 11.1.1 Cargos y salarios máximos

En esta tabla se detalla la nómina de la empresa HOTAM S.A.S correspondiente a una inversión máxima. De igual manera se plasma el cargo, perfil, salarios y la suma total de la misma.

<b>CARGOS</b>	<b>SALARIOS</b>	<b>PERFILES</b>
Representante legal	4.000.000	Abogado, Administrador de Empresas, Economista o Ingeniero
Jefe de planeación	2.950.868	Profesional en Ingeniería o finanzas
Gerente de recursos humanos	2.213.151	Profesional Psicología.
Selección	1.000.000	Técnico en administración de personal o recursos humanos.
Salud Ocupacional	1.475.434	Profesional en Psicología.
Director financiero	3.000.000	Profesional en contaduría
Tesorero	900.000	Tecnólogo en Contaduría.
Cartera	1.000.000	Tecnólogo en contabilidad.
Contabilidad	1.500.000	Profesional en contaduría.
Impuestos	1.300.000	Profesional en contaduría pública, con especialización en impuestos
Director de marketing	3.000.000	Profesional en mercadotecnia.
Auxiliar de marketing	1.500.000	Tecnólogo en mercadotecnia.
Ingeniero de sistemas	1.600.000	Profesional en ingeniería de sistemas.
Asesor comercial	1.500.000	Profesional en comercio internacional, gestión comercial o marketing.

Recepcionista	900.000	Técnico en secretariado.
Asesor administrativo	1.500.000	Profesional en administración de empresas.
Servicios Generales	737.717	Bachiller titulado.
Intérprete	2.560.000	Profesional en lenguas modernas, con énfasis en cualquier tipo de interpretación.
Traductor (*3)	3.384.000	Profesional en lenguas modernas con énfasis en traducción.
* Ni los interpretes ni los traductores cuentan con salario base, su salario depende de la cantidad de trabajo que produzcan		
<b>TOTAL</b>	<b>36.021.170</b>	

*Tabla 14. Cargos y Salarios Máximos*

### **11.1.2 Cargos y salarios mínimos**

En esta tabla se muestra los gastos financieros mínimos y necesarios para poner en marcha la empresa H.O.T.A.M S.A.S. De igual manera se plasma el cargo, perfil, salarios y la suma total de la misma.

<b>CARGOS</b>	<b>Perfil</b>	<b>Salario por día laboral</b>	<b>salario (previsión)</b>
Representante legal	Abogado, Administrador de Empresas, Economista o Ingeniero	133.333	4.000.000
Selección	Técnico en administración de personal o recursos humanos.	33.333	1.000.000
Salud Ocupacional	Profesional en Psicología.	49.181	1.475.434

Tesorero	Tecnólogo en Contaduría.	30.000	900.000
Analista de impuestos	Profesional titulado en contaduría pública, con especialización en impuestos, control fiscal, normatividad legal o afines.	70.000	2.100.000
Director de marketing	Profesional en mercadotecnia.	100.000	3.000.000
Ingeniero de sistemas	Profesional en ingeniería de sistemas.	53.333	1.600.000
Asesor comercial	Profesional en comercio internacional, gestión comercial o marketing.	50.000	1.500.000
Recepcionista	Técnico en secretariado.	30.000	900.000
Interprete*	Profesional en lenguas modernas, con énfasis en cualquier tipo de interpretación.	*320.000 por sesión de interpretación ( 45 minutos ) *2 Interpretaciones por semana (8 al mes)	2.560.000
Traductor (x3)*	Profesional en lenguas modernas con énfasis en traducción.	*6.400 por una página de traducción comercial y 9.400 por una página de traducción especializada *Traducción técnica de 120 páginas (tomado a partir del valor más alto, traducciones especializadas)	3.384.000

Servicios generales	Bachiller titulado.	24.591	737.717
* Ni los interpretes ni los traductores cuentan con salario base, su salario depende de la cantidad de trabajo que produzcan			
<b>TOTAL</b>		23.157.151	

*Tabla 15. Cargos y Salarios Mínimos*

## 11.2 Tabla de activos

La tabla de activos tiene como objetivo indicar con cuales y cuantos activos contará HOTAM SAS para su inversión inicial y puesta en marcha, aquí se muestran los elementos realmente necesarios para la prestación inicial del servicio así como en su totalidad.

### 11.2.1 Tabla de activos máximos

En esta tabla se plasman los activos que la empresa H.O.T.A.M S.A.S requiere para prestar su servicio, esto teniendo en cuenta una inversión máxima. Aquí se detallan aspectos como referencia, departamento asignado y la suma total.

DEPARTAMENTO	ACTIVO	#	VALOR
Todos los departamentos	Silla gerencial ergonómica	4	\$1.999.600
Todos los departamentos	Silla ejecutiva ergonómica graduable	13	\$2.834.000
Marketing y servicio al cliente	Silla ejecutiva sencilla	3	\$480.000
Todos los departamentos	Escritorio gerencial en L	4	\$2.760.000
Todos los departamentos	Estación de trabajo en L	16	\$4.000.000
Servicio al cliente y recursos humanos	Computador portátil Dell core i5	3	\$4.497.000

Todos los departamentos	Computador de escritorio i5	6	\$14.934.000
Todos los departamentos	Computador de escritorio i3	11	\$10.087.000
Planta física	Servidor HP DI 380 G7 Xeon	1	\$13.300.000
Todos los departamentos	Resmas Reprograf Carta	19	\$1.805.000
Todos los departamentos	Resmas Reprograf Oficio	6	\$600.000
Planta física	Papelera de oficina	10	\$299.000
Planta física	Cableado UTP 305 Mts	3	\$420.000
Todos los departamentos	Impresora Multifuncional HP 1515	7	\$2.240.000
Planta física	sillas visitante x3	1	\$299.000
Planta física	sillas visitante	1	\$80.000
Servicio al cliente	celular moto g 4ta generación con plan de datos	1	\$490.000
Planta física	teléfono línea fija	1	\$190.000
<b>Total</b>			<b>\$61.314.600</b>

*Tabla 16. Activos máximos*

### **11.2.2 Tabla de activos mínimos**

En este gráfico se representan los activos necesarios que se requieren para poner en marcha la empresa. Al igual que su referencia, departamento asignado y suma total.

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>#</b>	<b>VALOR</b>
Todos los departamentos	Silla ejecutiva sencilla	9	1.620.000
Todos los departamentos	Estación de trabajo en L	10	2.500.000

Todos los departamentos	Computador de escritorio i5	10	24.890.000
Servicio al cliente	Computador portátil DELL i5	1	1.299.000
Todos los departamentos	Resmas Reprograf Carta	24	228.000
Todos los departamentos	Resmas Reprograf Oficio	12	120.000
Planta física	Papelera de oficina	8	239.200
Todos los departamentos	Impresora Multifuncional HP 1515	7	2.240.000
Todos los departamentos	Cartuchos HP X4	24	2.640.000
Planta física	sillas visitante x3	1	129.000
Planta física	sillas visitante	1	90.000
Servicio al cliente	celular moto g 4 generación con plan de datos	1	490.000
Planta física	teléfono línea fija	5	790.000
<b>Total</b>			<b>\$37.275.200</b>

*Tabla 17. Activos mínimos*

### 11.3 Tablas de costos

Las siguientes tablas tienen como fin mostrar el costo de cada servicio prestado por HOTAM S.A.S, especificando detalladamente todos los elementos que influyen en el valor final del producto.

<b>TABLA DE COSTO- TRADUCCIONES COMERCIALES</b>					
<b>Materia prima</b>					
<b>insumos</b>	<b>cantidad</b>	<b>valor</b>			
hojas	120	20			
cartuchos	4	110.000			
	<b>Total</b>	<b>110.020</b>			
<b>Mano de obra</b>					
<b>Ocupación</b>	<b>cantidad de hojas</b>	<b>costo por hoja</b>	<b>costo por traducción</b>		
traductor	120	6.400	768.000		
servicios generales	120	26	3.074		
	<b>Total</b>	<b>6.426</b>	<b>771.074</b>		
<b>gastos generales</b>					
<b>servicio</b>	<b>costo por mes</b>	<b>costo de servicio por hora</b>	<b>duración 1 hoja</b>	<b>costo por hoja</b>	<b>Costo por 120 hojas</b>
Arrendamiento	700.000	972	00:30:00	162	19.444
Luz	180.000	250		42	5.000
Agua	120.000	167		28	3.333
Telefonía e internet	160.000	222		37	4.444
<b>Total de servicios</b>	<b>1.160.000</b>	<b>1.611</b>		<b>269</b>	<b>32.222</b>
<b>Precio total (Sin utilidad y libre de impuestos)</b>	913.316				
<b>Precio por traducción con utilidad del 30% (120 hojas libre de impuestos)</b>	<b>1.187.311</b>				
<b>Precio por hoja (Libre de impuestos)</b>	<b>9.894</b>				

<b>IMPUESTOS</b>	
Impuesto a servicios profesionales 4%	47.492
IVA 19%	225.589
Impuesto de industria y comercio 1,4%	16.622
<b>Precio por hoja (Impuestos añadidos)</b>	<b>12.308</b>
<b>Precio por 1 traducción (120 hojas) Impuestos añadidos</b>	<b>1.477.015</b>

*Tabla 18. Costo traducción comercial*

<b>TABLA DE COSTO- TRADUCCIONES ESPECIALIZADAS</b>					
<b>Materia prima</b>					
<b>insumos</b>	<b>cantidad</b>	<b>valor</b>			
hojas	120	20			
cartuchos	4	110.000			
	<b>Total</b>	<b>110.020</b>			
<b>Mano de obra</b>					
<b>Ocupación</b>	<b>cantidad de hojas</b>	<b>costo por hoja</b>	<b>costo por traducción</b>		
traductor	120	9.400	1.128.000		
servicios generales	120	26	3.074		
<b>Total</b>		<b>9.426</b>	<b>1.131.074</b>		
<b>gastos generales</b>					
<b>servicio</b>	<b>costo por mes</b>	<b>costo de servicio por hora</b>	<b>duración 1 hoja</b>	<b>costo por hoja</b>	<b>Costo por 120 hojas</b>

Arrendamiento	700.000	972	01:00:00	324	38.889
Luz	180.000	250		83	10.000
Agua	120.000	167		56	6.667
Telefonía e internet	160.000	222		74	8.889
<b>Total de servicios</b>	<b>1.160.000</b>	<b>1.611</b>		<b>537</b>	<b>64.444</b>
<b>Precio total (Sin utilidad y libre de impuestos)</b>	1.305.538				
<b>Precio por traducción con utilidad del 30% (120 hojas libre de impuestos)</b>	1.697.200				
<b>Precio por hoja (Libre de impuestos)</b>	14.143				
<b>IMPUESTOS</b>					
Impuesto a servicios profesionales 4%	67.888				
IVA 19%	322.468				
Impuesto de industria y comercio 1,4%	23.761				
<b>Precio por hoja (Impuestos añadidos)</b>	17.594				
<b>Precio por 1 traducción (120 hojas) Impuestos añadidos</b>	2.111.316				

*Tabla 19. Costo traducción especializada*

<b>TABLA DE COSTO- INTERPRETACIÓN</b>		
<b>Materia prima</b>		
<b>Gastos representativos</b>	<b>Valor</b>	
Alimentación	25.000	
Transporte	25.000	
<b>Total</b>	<b>50.000</b>	
<b>Mano de obra</b>		
<b>Ocupación</b>	<b>cantidad de horas</b>	<b>valor por hora</b>
Interprete	1	320.000
<b>Total</b>	<b>320.000</b>	
<b>Precio total (Sin utilidad y libre de impuestos)</b>	<b>370.000</b>	
<b>Precio por traducción con utilidad del 30% (120 hojas libre de impuestos)</b>	<b>466.000</b>	
<b>IMPUESTOS</b>		
Impuesto a servicios profesionales 4%	14.800	
IVA 19%	70.300	
Impuesto de industria y comercio 1,4%	5.180	
<b>Precio por una hora de interpretación con Impuestos añadidos</b>	<b>556.280</b>	

*Tabla 20. Costo interpretación*

## 12. Costeo

En el apartado de costeo, se muestran las tablas de inversión en las cuales se suman todos los valores financieros que influyen en la creación de HOTAM S.A.S, todo esto con el fin de identificar el valor mínimo y máximo de las inversiones necesarias, al igual que el tiempo de recuperación de estas, mediante el punto de equilibrio.

### 12.1 Valor máximo de la inversión y punto de equilibrio

Esta grafica muestra la suma de dinero necesaria para sostener la empresa cómodamente. De la misma se detallan gastos fijos (Gastos financieros, arriendo, servicios y activos) y costos, con su respectiva suma de proyección: Mensual, Anual y 6 años (Visión de la empresa), teniendo en cuenta el incremento anual que existe para cada gasto (0,60% arriendo/servicios y 0,15 Gastos financieros). Además se plasma el punto de equilibrio con su respectiva grafica donde se da a conocer el tiempo en el cual se recuperara la inversión.

<b>PROYECCIÓN DE LA INVERSIÓN MÁXIMA PARA EL 2025</b>					
	Mensual	1 Año	Incremento 6 años	Incremento	Total
Activos Máx.	61.314.600	/	/	/	61.314.600,00
Gastos financieros	36.021.170	432.254.040	389.028.636	821.282.676	821.282.676,00
Arriendo	700.000	8.400.000	302.400	8.702.400	8.702.400,00
Gastos de servicios	460.000	5.520.000	198.720	5.718.720	5.718.720,00
Costos	660.120	7.921.440	285.172	8.206.612	8.206.611,84
<b>Total Inversión Máxima</b>					<b>905.225.008</b>

*Tabla 21. Inversión Máxima*

Servicios	Valor	Mensual
Comerciales	\$ 1.187.311	\$ 3.561.933
Especializadas	\$ 1.697.200	\$ 5.091.600
Interpretación	\$ 466.000	\$ 1.864.000
	<b>\$ 3.350.511</b>	<b>\$ 10.517.533</b>

Tabla 22. Valor todos los servicios

Ingresos	
Mensual	\$ 10.517.533
Anual	\$ 126.210.396
Año y medio	\$ 189.315.594
2 años	\$ 252.420.792
2 años y medio	\$ 315.525.990
3 años	\$ 378.631.188
3 años y medio	\$ 441.736.386
4 años	\$ 504.841.584
4 años y medio	\$ 567.946.782
5 años	\$ 631.051.980
5 años y medio	\$ 694.157.178
6 años	\$ 757.262.376
6 años y medio	\$ 820.367.574
7 años	\$ 883.472.772
<b>Monto a recuperar</b>	<b>\$ 939.338.608</b>
7 años y medio	\$ 946.577.970

Tabla 23. Ingresos por años

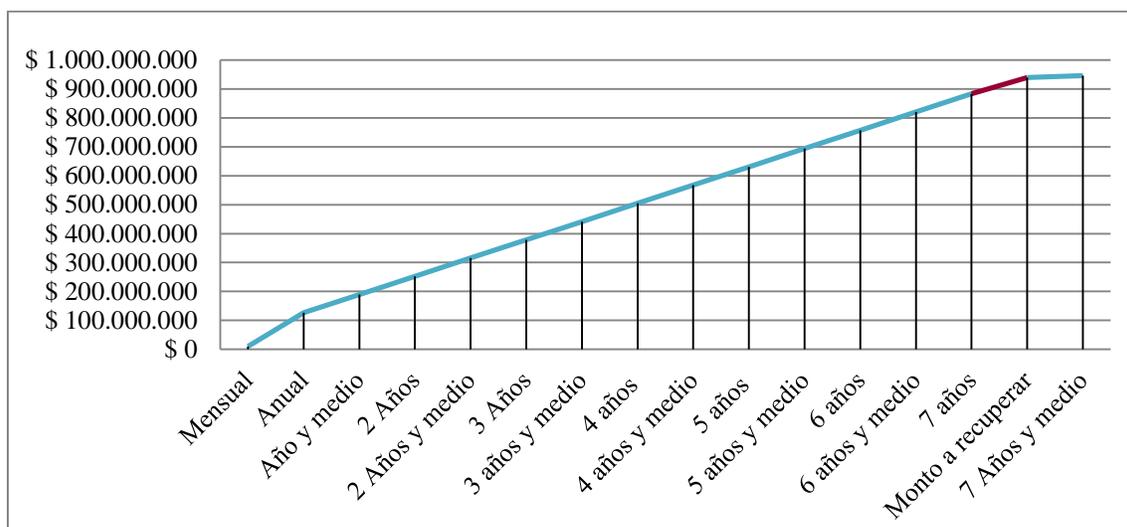


Figura 17. Gráfico Punto de equilibrio máximo

## 12.2 Valor mínimo de la inversión y punto de equilibrio

En esta grafica se puede ver y analizar la suma mínima total de dinero que se requiere para poner en marcha la empresa. De la misma se detallan gastos fijos (Gastos financieros, Arriendo, servicios y activos) y costos, con su respectiva suma de proyección: Mensual, Anual y 3 años (Visión de la empresa), teniendo en cuenta el incremento anual que existe para cada gasto (0,60% arriendo/servicios y 0,15 Gastos financieros). Además se plasma el punto de equilibrio con su respectiva grafica donde se da a conocer el tiempo en el cual se recuperara la inversión.

<b>PROYECCIÓN DE LA INVERSIÓN MÍNIMA PARA EL 2021</b>					
	Mensual	1 Año	Incremento 3 años	Incremento	Total
Activos Mín.	37.275.200	/	/	/	37.275.200
Gastos financieros	23.157.151	277.885.812	125.048.615	402.934.427	402.934.427
Arriendo	700.000	8.400.000	151.200	8.551.200	8.551.200
Gastos de servicios	460.000	5.520.000	99.360	5.619.360	5.619.360
Costos	660.120	7.921.440	11.882	7.933.322	7.933.322
<b>Total Inversión Mínima</b>					<b>462.313.510</b>

*Tabla 24. Inversión Mínima*

Servicios	Valor	Mensual
Comerciales	\$ 1.187.311	\$ 3.561.933
Especializadas	\$ 1.697.200	\$ 5.091.600
Interpretación	\$ 466.000	\$ 1.864.000
	<b>\$ 3.350.511</b>	<b>\$ 10.517.533</b>

*Tabla 25. Valor todos los servicios*

Ingresos	
Mensual	\$ 10.517.533
Anual	\$ 126.210.396
Año y medio	\$ 189.315.594
2 años	\$ 252.420.792
2 años y medio	\$ 315.525.990
3 años	\$ 378.631.188
3 años y medio	\$ 441.736.386
<b>Monto a recuperar</b>	<b>\$ 462.313.510</b>
4 años	\$ 504.841.584

Tabla 26. Ingresos por años

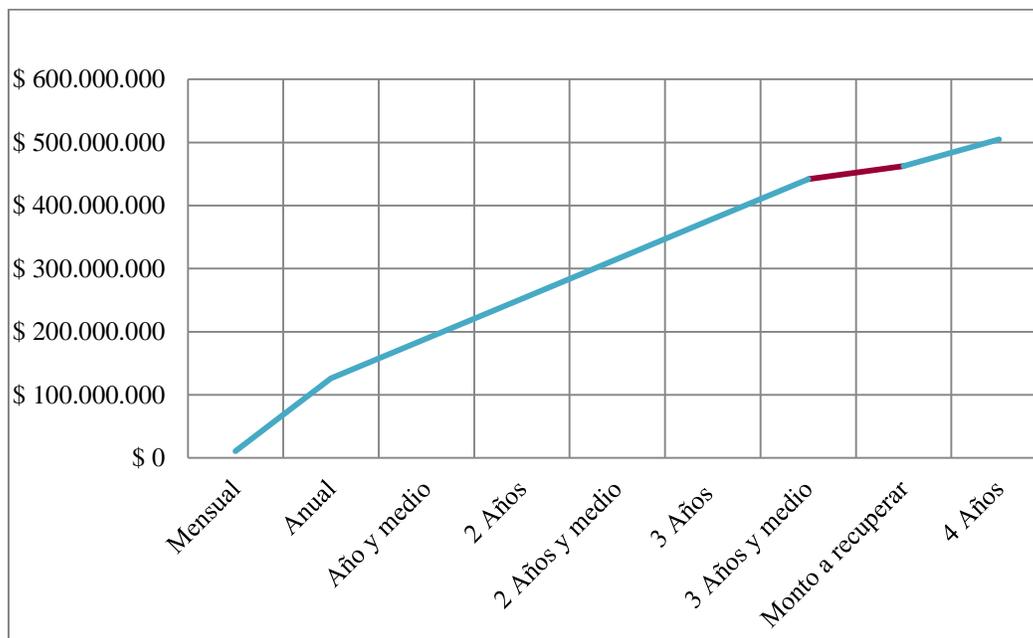


Figura 18. Gráfico Punto de equilibrio mínimo

### **13. Sistemas de apalancamiento**

Desde el año 2006 el gobierno colombiano se dio a la tarea de crear y formalizar uno de los proyectos más importantes para la visualización, planeación, creación y funcionamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas con el fin de mejorar el sostenimiento rentable de la economía del país. Es así como surge la ley 1014 de Enero 26 de 2006, mayormente conocida con la ley 1014 de emprendimiento, donde uno de sus objetivos principales, según la misma, es el de promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley (2006). De igual manera Badillo (2007) asegura que su marco de creación comprende una serie de ideas creativas y competentes que incentivan de manera directa y segura la creación de microempresas con igualdad y oportunidad.

Gracias a esta ley se fomenta el surgimiento de sistemas de apalancamiento y según García (2009) el apalancamiento se puede definir como el fenómeno que surge por el hecho de la empresa incurrir en una serie de cargas o erogaciones fijas, operativas y financieras, con el fin de incrementar al máximo las utilidades de los propietarios. Básicamente es recurrir a la ayuda de una compañía o método externo que ayude a financiar el proyecto, mediante préstamos monetarios que serán remunerados inmediatamente dicho proyecto comience a generar ganancias, de esta manera podrá surgir gracias al capital necesario para su iniciación.

En Colombia existen varios sistemas de apalancamiento, entre ellos se encuentran los ángeles inversionistas definidos según el Fondo Multilateral de inversiones como inversionistas que toman participaciones en el capital de empresas con potencial de crecimiento cuando éstas se encuentran en etapas iniciales de su desarrollo empresarial (s.f.), El *Crowdfunding*, vía de financiación en la cual el capital necesario es recogido mediante donaciones a cambio de recompensas o ventajas; FFF de sus siglas en inglés (Friends, Family and Fools) dada a entender por el Cluster de industrias creativas y contenidos de Bogotá como el método que trata de buscar la ayuda de familiares y conocidos que quieran invertir en el negocio, en la mayoría de los casos, es la primera fase de financiación para el emprendedor (s.f.). Los Fondos de capital privado que según el Convenio Colombia Capital, son un vehículo de inversión especialmente diseñado según la normativa vigente y el perfil de sus inversionistas, administrado por un equipo profesional con el fin de realizar inversiones de capital en empresas que no cotizan en bolsa de valores. Sus principales finalidades son multiplicar el valor de capital de la empresa en la que invierten y proveer un retorno de mediano o largo plazo a sus inversionistas (2008).

Finalmente se encuentran los Fondos de emprendimiento, que actúan como cualquier sistema de apalancamiento a excepción de que estos enfatizan en proyectos o ideas de negocio emprendedoras e innovadoras. Algunos ejemplos son: Fondo Emprender, Colciencias, Bancoldex, Bogotá Emprende, Gestando Incubadora Empresarial Colombia Solidaria, entre otros.

HOTAM S.A.S optará por los Fondos de emprendimiento como sistema de apalancamiento, principalmente porque es más fácil aplicar a las convocatorias que estos crean, existe apoyo durante todas las etapas del proceso de inversión, permiten la oportunidad de que inversionistas extranjeros se interesen en proyectos colombianos, suelen ofrecer financiación del 100%, los plazos de pago tienden a ser a mediano y/o largo plazo.

#### **14. Fondos de capital de riesgo**

Los fondos de capital de riesgo en Colombia son fondos públicos o privados, que buscan financiar e invertir en proyectos de emprendimiento en el país. El ministerio de industria y turismo (2012) los define como un instrumento de financiación de largo plazo, el cual provee recursos de capital a las empresas, con el objetivo de potencializar su gestión y por tanto su valor. Los recursos del fondo son invertidos temporalmente en empresas que consideren atractivas, recibiendo a cambio generalmente un porcentaje de participación accionaria.

El fondo de inversión del cual HOTAM S.A.S. hará uso será el fondo Promotora Progresia Capital ya que se trata de un grupo multisectorial o cual se considera una ventaja dado al mercado al que HOTAM S.A.S. pertenece. Al ser una entidad gubernamental, se obtiene una garantía más alta de la inversión de los recursos con los que se constituirá la empresa, además de contar con el apoyo y asesoramiento del fondo

de riesgo; asimismo los rangos de inversión mínima y máxima corresponden al valor de HOTAM S.A.S. evidenciado en su análisis financiero y de inversión.

## 15. Conclusiones

Dando respuesta al objetivo general se logra inferir que HOTAM S.A.S mediante los servicios de traducción e interpretación cumple la función de ser el puente que conecte a las empresas con los negocios en el mercado internacional.

De igual manera de acuerdo al estudio de mercado y al instrumento de recolección de datos aplicado a 15 empresarios de la ciudad de Bogotá, cuyo propósito fue determinar la factibilidad y viabilidad que pueda tener el servicio en el mercado, se determina que la idea de negocio HOTAM S.A.S es sostenible y rentable ya que ayuda a facilitar los procesos de negociación al igual que a incentivar el crecimiento organizacional y el crecimiento económico del país, donde el 100% de la población afirma que debido a la globalización y a la apertura económica es indispensable establecer un segundo idioma dentro de la organización puesto que los nuevos tratados de libre comercio obligan a las personas que integran las organizaciones a dominar una segunda lengua. Además en el desarrollo del proyecto se pudo evidenciar que a futuro se pueden ofrecer servicios en corrección de estilo, traducción oficial y prestación de equipo de interpretación.

Finalmente de acuerdo a lo evidenciado en el análisis financiero y de inversión, los valores de la inversión mínima y máxima corresponden a los requerimientos del fondo de riesgo de inversión de capital: Progres Promotora Capital, lo cual garantiza la aceptación del proyecto por parte de esta entidad.

Concluyendo a manera personal agradecemos a nuestros profesores y a la universidad por los conocimientos adquiridos en nuestro ciclo profesional puesto que a lo largo del desarrollo del proyecto se evidencia la importancia de los contenidos en las diferentes asignaturas del programa profesional de lenguas modernas.

## Bibliografía

- Badillo, S (2007). Ley 1014 de Emprendimiento LEY DE CULTURA Y EMPRENDIMIENTO. En la Web. Recuperado el 1 de abril del 2017 de <http://ley1014deempredimeinto.blogspot.com.co/>
- Barraso, N (2012). El inglés en el mundo de los negocios. Cambridge english, Spain & Portugal. Madrid, España. En la Web. Recuperado el 28 de febrero del 2017 de <https://noticiascambridgeenglish.org/2012/10/23/el-mundo-de-los-negocios-habla-ingles-la-clave-del-exito-en-la-estrategia-de-internacionalizacion/>
- Carr, K. (2013) Métodos y técnicas de traducción de los culturemas en la versión española de Skumtimmen, de Johan Theorin. Stockholms Universitet: Suecia. En la Web. Recuperado el 14 de julio del 2017 de <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:630865/FULLTEXT01.pdf>
- Cluster de industrias creativas y contenidos de Bogotá (s.f.). Fuentes de financiación para proyectos y empresas creativas. En la Web. Recuperado el 10 de Marzo del 2017 de [http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14392/Fuentes\\_Financiamiento\\_Proyectos\\_Creativos.pdf?sequence=1](http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14392/Fuentes_Financiamiento_Proyectos_Creativos.pdf?sequence=1)
- Congreso de Colombia (2006). LEY 1014 DE 2006 (enero 26) De fomento a la cultura del emprendimiento. En la Web. Recuperado el 1 de abril del 2017 de <http://www.camarasai.org/images/registro-mercantil/10LEY-1014-DE-2006.pdf>
- Convenio Colombia Capital (2008). Guía Práctica de Fondos de Capital Privado para Empresas. En la Web. Recuperado el 10 de Marzo del 2017 de [http://colombiacapital.com.co/wp-content/files\\_mf/142178513508\\_Gu%C3%ADaPr%C3%A1cticadeFondosdeCapitalPrivadoparaEmpresas.pdf](http://colombiacapital.com.co/wp-content/files_mf/142178513508_Gu%C3%ADaPr%C3%A1cticadeFondosdeCapitalPrivadoparaEmpresas.pdf)
- Education First (2015). EF EPI-El ranking mundial más grande según su dominio del inglés. En la Web. <http://www.ef.com.co/epi/>
- Falzo, MC. (2005) Aproximación de la metodología didáctica de la traducción jurídica: teoría y práctica. En la Web. Recuperado el 14 de julio del 2017 de <https://acceda.ulpgc.es:8443/bitstream/10553/1856/1/379.pdf>
- Fondo Multilateral de Inversiones (s.f.). Las Redes de Inversionistas Ángeles en América Latina y el Caribe. IESE Business School. En la Web. Recuperado el 10 de Marzo del 2017 de <http://www.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-269.pdf>

- García, O (2009). Apalancamiento Operativo y Financiero. En la Web. Recuperado el 10 de marzo del 2017 de <http://www.oscarleongarcia.com/site/documentos/complem04ed4revisiiondelosEEFF.pdf>
- García Yebra, V. (1994) Traducción: historia y teoría. Madrid: España. En la Web. Recuperado el 17 de julio del 2017 de [www.trans.uma.es/pdf/Trans\\_1/t1\\_185-192\\_JCrespo.pdf](http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_1/t1_185-192_JCrespo.pdf)
- Larrotta, S & Sierra, O (2010). Responsabilidad social empresarial: compromiso voluntario con el mejoramiento del entorno laboral y ambiental. Universidad de la Salle. Bogotá, Colombia. En la Web. Recuperado el 10 de marzo del 2017 de <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/ga/article/viewFile/940/847>
- López García, MF; Pino, NB & Caro, MP. (s.f) La traducción y el traductor en el mundo global. Universidad Nacional de Tucumán: Argentina. En la Web. Recuperado el 17 de Julio del 2017 de [http://www.congresoactu2011.com/web/index.php?view=article&catid=3:ponencias&id=55:la-traduccion-y-el-traductor-en-el-mundo-global&option=com\\_content&Itemid=19](http://www.congresoactu2011.com/web/index.php?view=article&catid=3:ponencias&id=55:la-traduccion-y-el-traductor-en-el-mundo-global&option=com_content&Itemid=19)
- Maldonado, K (2007). La interculturalidad de los negocios internacionales. Universidad del Rosario. Bogotá, Colombia. En la Web. Recuperado el 25 de octubre del 2016 de <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/973/872>
- Mayoral Arsenio, R. (s.f) La traducción comercial. Universidad de Granada: España. En la Web. Recuperado el 14 de Julio del 2017 de [http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Traduccion\\_comercial.pdf](http://www.ugr.es/~rasensio/docs/Traduccion_comercial.pdf)
- Ministerio de industria y turismo (2012). Fondos de Capital. En la Web. Recuperado el 20 de mayo del 2017 de [http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/4387/fondos\\_de\\_capital](http://www.mipymes.gov.co/publicaciones/4387/fondos_de_capital)
- Revista Portafolio (2015). El manejo del inglés debe ser un asunto estratégico. Colombia. En la Web: <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/manejo-ingles-debe-asunto-estrategico-22248>
- SENA & Revista Dinero (2007). Ser Empresario - Paso 4. SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje. Bogotá, Colombia. En la Web. Recuperado el 1 de mayo del 2017 de <http://wserver.unab.edu.co/emprendimiento/dinero-sena/pasos/4-PlandeNegocio.pdf>

Valdivia Campos, C. (1995) La interpretación. *Anales de Filología Francesa: España*. En la Web. Recuperado el 14 de Julio del 2017 de <http://revistas.um.es/analesff/article/view/17761/17131>

## Anexos

### Modelo Encuesta

HOTAM S.A.S

Cordial saludo, somos HOTAM S.A.S una empresa que ofrece servicios en traducción comercial y especializada e interpretación simultanea especializándose en los idiomas inglés y español. Esta empresa está realizando una recolección de datos para determinar la factibilidad que puede tener el servicio en el mercado, por ello lo invitamos a contestar la siguiente encuesta con la mayor sinceridad.

NOMBRE: \_\_\_\_\_ TEL: \_\_\_\_\_  
 EMPRESA: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuántos idiomas domina usted aparte del Español? \_\_\_\_\_  
 ¿Cuál(es)?  
 \_\_\_\_\_
  
2. ¿Considera usted importante implementar un segundo idioma dentro de la comunicación organizacional?  
 A. Sí  
 B. No  
  
 ¿Por qué?  
 \_\_\_\_\_
  
3. Teniendo en cuenta la siguiente escala ¿En qué orden de importancia considera la implementación de un segundo idioma en su empresa?  
 A. Muy importante  
 B. Importante  
 C. No tan importante  
 D. Poco importante
  
4. ¿Cuál considera que es el idioma más relevante respecto a negociaciones internacionales?  
 A. Inglés  
 B. Español  
 C. Francés  
 D. Alemán  
 E. Otro \_\_\_\_\_
  
5. Que otro idioma aparte del inglés considera usted, que se utiliza en los negocios?  
 A. Alemán  
 B. Mandarín

- C. Francés
- D. Árabe
- E. Otro:\_\_\_\_\_

6. ¿Cree usted que debido a la globalización, las empresas colombianas se han visto obligadas a negociar en otro idioma?
- A. Sí
  - B. No

¿Por qué?

---

7. ¿Considera usted que el manejo de un segundo idioma en los negocios es una ventaja competitiva para la economía colombiana?
- A. Sí
  - B. No

¿Por qué?

---

8. Teniendo en cuenta la siguiente escala ¿En qué orden de importancia le daría al servicio de traducción e interpretación?
- A. Muy importantes
  - B. Importantes
  - C. No tan importantes
  - D. Poco importantes
9. ¿Qué tipo de documentos suele traducir?
- A. Documentos legales
  - B. Documentos de marketing
  - C. Documentos académicos
  - D. Documentos, libros y manuales
  - E. Otro:\_\_\_\_\_

10. ¿Considera viable la idea de negocio ofrecida por HOTAM S.A.S?, en el servicio de traducción de documentos e interpretación simultánea en el idioma inglés para las organizaciones.
- A. Sí
  - B. No

¿Por qué?

---