



Lingua Ignis

Integrante: Nicolás A. Ortega Froysa,
Ester López Barea
Profesor: Alejandro Gómez Simón

28 de enero de 2023

Índice

1. Introducción	2
2. Objetivos	2
3. Metodología	3
3.1. Nuestros Servicios	3
3.2. Definición Jurídica	3
3.3. Requisitos Materiales y Técnicos	4
3.4. Recursos Humanos	4
3.5. Análisis de Macroentorno	5
3.5.1. Factores Políticos	5
3.5.2. Factores Económicos	5
3.5.3. Factores Socioculturales	5
3.5.4. Factores Demográficos	5
3.5.5. Factores Medioambientales y Tecnológicos	5
3.6. Análisis de Microentorno	6
3.6.1. Relación con Clientes	6
3.6.2. Relación con Competidores	6
3.6.3. Relación con Proveedores	7
3.7. Estrategia Comercial	7
3.8. Análisis de Viabilidad	8
3.8.1. Presupuesto a Corto-Medio Plazo	8
3.8.2. Ratios de Viabilidad	9
Appendices	10
A. Costes	10

1. Introducción

A menudo nuestras organizaciones e instituciones no proveen traducciones necesarias a otros idiomas de documentos estandarizados, por el simple hecho de que contratar un traductor les puede incurrir un gasto demasiado alto para algo tan recurrente. A causa de esto, vemos muchos casos en los que hay personas que no entienden qué están firmando cuando reciben permisos y notificaciones. Podemos pensar en los padres inmigrantes, que aún les cuesta la lengua nativa del país en el que están, cuyos hijos tienen que hacer de intérprete en cualquier ocasión de interacción entre la escuela y los padres.

Lingua Ignis es una empresa que busca hacer que este tipo de traducciones sea más fácil, y a menos coste que contratar un traductor para las traducciones. Notamos que la mayoría de estos documentos suelen ser del mismo tipo, cambiando tan sólo algunos datos. Por lo tanto, queremos ofrecer una plataforma que provee plantillas de documentos en varios idiomas, que al rellenar unos pocos de datos no-traducibles (e.g. nombres propios) y fácilmente formateados (e.g. fechas), el servicio que proveemos generará los documentos de manera instantánea en las lenguas solicitadas. Esto facilitaría que nuestros clientes puedan ofrecer notificaciones de una manera más cómoda a sus propios clientes, en la lengua que ellos entienden mejor.

2. Objetivos

Nuestra empresa busca crear una alternativa a las vías convencionales del sector de la traducción. Sobre todo, busca proveer una forma de acercar nuestras instituciones a algunas de las personas más marginadas de nuestra sociedad, que ya sufren de por sí el *shock* cultural de estar fuera de su país de origen, normalmente por motivos de necesidad. El servicio de *Lingua Ignis* serviría para facilitar la comunicación regular entre éstos dos, y así fomentar el diálogo y la convivencia. Esperamos que, mediante nuestros servicios, podemos contribuir a un mundo mejor.

La forma en la que vamos a abordar esta tarea también ayudará a cambiar la dirección del sector para que adopte mejor las nuevas tecnologías y las optimizaciones que pueden conllevar. Ya este sector ha visto revoluciones con la traducción asistida por máquinas (i.e. *Computer Assisted Translation*), pero también queremos que la tecnología ayude no sólo en el rendimiento, sino también en el alcance de nuestro trabajo.

3. Metodología

3.1. Nuestros Servicios

El servicio principal, y que más nos distingue, será la traducción por plantillas. Proveremos una selección amplia de colecciones de plantillas (organizadas por temática) que se pueden traducir a varias lenguas. De este modo, el cliente sólo pagará por aquellas colecciones que le interesan, y para traducir sólo a aquellas lenguas que le interesan. Por ejemplo, si un cliente es una institución educativa, y tiene muchos alumnos cuyos padres sean de Angola, podría contratar el servicio de la colección educativa para traducirlo sólo a francés y árabe. El servicio, siendo de suscripción, tendría acceso a él durante todo un año para generar traducciones cuando vea necesidad.

Conociendo que es posible (e incluso probable) que el cliente quiera otra clase de plantillas, o una plantilla específica, ofreceremos también otro servicio de traducción de plantillas nuevas, que luego las incorporaríamos a la plataforma para que se puedan usar. Dependiendo de la clase de plantilla, reservaríamos el derecho a usarla (o algún derivado) en nuestras públicas para los demás clientes, y así mejorar nuestro servicio a la vez.

Finalmente, como servicio más clásico, ofreceremos un servicio de traducción de documentos. Aunque muchos formularios y notificaciones se pueden traducir en plantillas que facilitan la generación de nuevos documentos, esto no es siempre posible. Por lo tanto, este servicio sirve para aquellos casos donde se requiere de una traducción de un documento completo. El servicio estaría abierto a clientes que no estén suscritos a nuestra plataforma, pero los que están suscritos tendrán un descuento por su contribución regular.

3.2. Definición Jurídica

Al menos en un principio, pensamos formar nuestra empresa como autónomo. No es necesario complicar la forma jurídica de la empresa, causando mayor pérdidas en gestiones burocráticas. Ya si la empresa llega a tener cierto nivel de éxito y vemos que estamos creciendo, buscaremos la forma de ampliar. Pero hasta entonces no vemos necesidad de complicar las cosas.

De esta forma, podemos también aprovechar de que, con estado de autónomo, sólo tendremos que pagar la IRPF, que nos permite aprovechar mejor los beneficios de nuestro trabajo.

3.3. Requisitos Materiales y Técnicos

Como nuestra empresa se trata de un servicio en red, y tampoco precisamos de ninguna localización donde trabajar, ya que se puede trabajar en remoto y no precisamos de muchos trabajadores de todos modos. Por esto, no será necesario ningún local. Se trabajará el 100 % remoto, y así ahorrando costes.

En cuanto a materiales para llevar a cabo nuestro trabajo, sí que tenemos varias necesidades tecnológicas. En primer lugar, será necesario un sistema de servidor para proveer este servicio. Será necesario que este servidor tenga capacidad de computación suficiente para generar los documentos, y espacio de disco también para almacenarlos (aunque sea de forma temporal), además de las plantillas. Será necesario montar un servidor de copia de respaldo, por si hay cualquier problema con el servidor principal, poder restablecer nuestra actividad lo antes posible. Esto figuraría como un coste inicial de cerca de 880€.

El servicio se proveerá desde la casa de uno de los integrantes, lo cual la empresa pagará el servicio de internet de esa persona junto con los gastos eléctricos del servidor – aunque éstos sean muy pequeños. Además sería necesario pagar un nombre de dominio, «lingua-ignis.com», para que se pueda acceder fácilmente a nuestro servicio. Esto nos podría llegar a costar unos 61€ mensuales.

Para los trabajadores, compraremos dos ordenadores – uno para el técnico y otro para el traductor – para poder realizar su trabajo. Aunque puede ser posible efectuar estas tareas en los ordenadores que ya tengan, lo suyo es tener un dispositivo aparte para hacer tareas del trabajo, tanto para no distraerse a la hora de trabajar, como también para tener una discriminación más clara entre el trabajo y la vida personal. Los dos ordenadores juntos llegarían a costar 1.300€ (650€ cada uno, aproximadamente).

3.4. Recursos Humanos

Esta empresa, al menos al empezar, sería un autónomo que consta tan sólo de la pareja emprendedora. Uno se encargaría de las tareas tecnológicas, y la otra se encargaría de las traducciones. Entre los dos llevarían los asuntos burocráticos del negocio.

3.5. Análisis de Macroentorno

3.5.1. Factores Políticos

Por lo general, no parece haber limitaciones políticas a nuestra empresa. Es verdad que para ciertos sectores y documentos es posible que fuese necesario algún tipo de licenciatura (e.g. documentos legales). Pero en principio, para las plantillas más generales sería posible emprender nuestro negocio sin ningún tipo dificultad política o legal.

3.5.2. Factores Económicos

Es verdad que muchas instituciones no contratan traductores para este tipo de documentos porque no consideran importante este tipo de servicio, de proveer notificaciones y formularios de permisos en una lengua más comprensible para los que lo reciben. Por eso nosotros buscamos facilitar esta posibilidad, haciendo que el servicio sea más económico y accesible.

3.5.3. Factores Socioculturales

En España, en muchos sitios, es posible que tengamos dificultades convenciendo a estas instituciones a que contraten nuestro servicio, ya que muchas veces no se ve la necesidad. Sería una tarea nuestra demostrarles lo importante que es facilitar el acceso lingüístico en sus instituciones a las personas que tienen más dificultades con nuestra lengua.

3.5.4. Factores Demográficos

En nuestro país hemos visto un aumento en inmigración y de niños extranjeros en nuestro sistema educativo (figura 1). Es razonable pensar que, a causa de esto, veremos también un aumento en la demanda para traducciones de documentos. Nosotros podríamos aprovechar esta tendencia para reforzar nuestra posición de lo imprescindible que es poder comunicar bien con estas personas para convencer a nuestros clientes de su necesidad.

3.5.5. Factores Medioambientales y Tecnológicos

Como nuestro servicio se accedería por la web, sería más accesible en nuestro país, donde casi todas las instituciones (y nuestros posibles clientes) tienen acceso a *internet*. También, la mayoría de nuestra población parece tener un alfabetismo tecnológico (digital) básico como para navegar nuestro

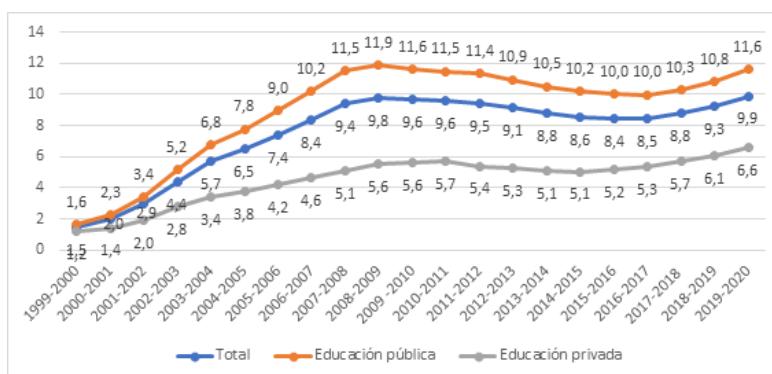


Figura 1: Proporción de alumnos inmigrantes en enseñanzas de régimen general no universitarias (fuente: Fundación Europea Sociedad y Educación)

servicio. Como todo el poder de procesamiento ocurriría en nuestros servidores, no sería necesario que tuviesen un ordenador potente. Simplemente con poder visualizar la página *web* podrán acceder y gestionar sus plantillas.

3.6. Análisis de Microentorno

3.6.1. Relación con Clientes

Al principio de nuestra existencia empresarial será necesario adquirir nuevos clientes de manera rápida. Se puede hacer uso de nuestra red de contactos en la comunidad católica, en la que hay muchas personas que forman parte de instituciones educativas y caritativas que estarían interesados en este tipo de servicio. También podríamos hacer uso de la publicidad por *internet* para dar a conocer a nuestra empresa en un ámbito más amplio.

Una vez que nuestros clientes hayan registrado su cuenta, la relación con los clientes será de forma automática por medio de nuestra interfaz web, donde podrán renovar sus suscripciones, anularlas, pedir traducciones, etc.

3.6.2. Relación con Competidores

Proveemos un servicio dentro de un mercado ya existente con otros competidores. Y aunque nuestra solución sea nueva, nos veremos en real competencia con ellos. Podemos prever lo siguiente en cuanto a una comparación de nuestra solución con la tradicional de traducir cada documento:

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • No tenemos (aún) muchas lenguas • Infraestructura completa propia 	<ul style="list-style-type: none"> • Menos lenguas soportadas • Más flexibilidad en traducción
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Más control de nuestras infraestructuras • Capaz de producir más cantidad • Automatización de traducciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Añadir más lenguas a nuestro repertorio • Proveer también servicios tradicionales

Cuadro 1: Análisis DAFO de *Lingua Ignis*.

3.6.3. Relación con Proveedores

Por lo general no vamos a tener proveedores, salvo el proveedor de *internet* y el nombre de dominio. Los demás materiales sólo será necesario comprarlos al empezar nuestra empresa. Mas en el caso de que quisiésemos mudar nuestra infraestructura a un servicio externo (y así no tener que mantener el *hardware* nosotros mismos) no sería necesario tampoco mantener una relación con ellos más allá de la interacción por su interfaz *web* para gestionar nuestro uso de sus servicios.

3.7. Estrategia Comercial

Nuestro logotipo es una lengua de fuego, como indica el nombre de nuestra organización (figura 2). Esto es en referencia al evento de Pentecostés, cuando el Espíritu Santo descendió sobre la Virgen María y los Apóstoles, y «se les aparecieron unas lenguas como de fuego que se repartieron y se posaron sobre cada uno de ellos», que les inducía a «hablar en diversas lenguas, según el Espíritu les concedía expresarse» de tal modo que «cada uno les oía hablar en su propia lengua» (Hch. 2,3-6). Por lo tanto, en honor a esta inspiración, el eslogan de nuestra empresa será «*Quoniam audiebat unusquisque lingua sua*», («Porque cada uno les oía hablar en su propia lengua»).

Como se ve en el logotipo, adoptaremos los colores naranja y blanco. Naranja que representa la lengua de fuego que apareció en Pentecostés, y blanco que representa al Espíritu Santo, a quien pedimos su auxilio para dar fruto a nuestra labor.

Aunque no tendremos un lugar físico donde interactuar con nuestros clientes, sí que tendremos un lugar virtual. Aquí queremos comunicar nuestra misión caritativa y universal. Para eso, podremos usar imágenes que muestran



Figura 2: Logotipo oficial de *Lingua Ignis*.

a personas de varios países que se podrían beneficiar de un servicio como el nuestro. Habría que usar también colores más cálidos para transmitir calor, intimidad; un sentimiento de hogar.

3.8. Análisis de Viabilidad

3.8.1. Presupuesto a Corto-Medio Plazo

$$2,180 \times 1,1 + 61 \times 12 = 3,203,2 \quad (1)$$

$$2,180 \times 0,1 + 61 \times 12 = 950 \quad (2)$$

Considerando los costes iniciales y mensuales de la empresa (apéndice A) podemos calcular que tan sólo para el primer año nos haría falta una inversión de 2.912€, y asumiendo la necesidad de un 10 % más por cualquier imprevisto, en total nos llega la cantidad precisada a 3.203,20€. Mas a partir del primer año ya los costes anuales bajarían a ser de unos 61€ mensuales, añadiendo un dinero de reserva por cualquier imprevisto (e.g. algún ordenador se estropea) que debería de ser de un 10 % de los costes fijos, que nos llevaría a tener un presupuesto anual (después del primer año) de 950€.

Nuestros ingresos dependerán de la cantidad de clientes que podamos obtener, el precio de mercado de traducciones – un precio variable que no se puede publicar, y que puede cambiar a lo largo del año –, y el precio de suscripciones que establecemos – que dependerá del sector y la lengua objetiva. Dicho lo cual, hay muchas instituciones con misiones caritativas que estarían abiertos a usar este tipo de solución, y así ahorrar dinero en traducciones, y sobre todo traductores asalariados. Tan sólo en España existen más de 7.000 ONGs que podrían estar interesados en nuestro servicio.¹Incluso tan sólo con suscripciones de unos 150€/año, y un 5 % de éstos como clientes

(sin contar con empresas que podrían estar interesados) tenemos un ingreso posible de 52.500€/año sólo en suscripciones (sin contar los demás servicios). Tardaríamos algo en adquirir nuestro clientes, luego es posible que no tengamos ingresos tales durante el primer año, pero luego ya tendremos más posibilidades de expandir.

En total, el beneficio neto (antes de impuestos) del primer año podría ser de más de 45.000€.

3.8.2. Ratios de Viabilidad

¹<https://www.guiaongs.org/directorio/>

Appendices

A. Costes

Costes Fijos	
Recurso	Coste
Servidor (SolidRun ClearFog CN9130)	400€
Raspberry Pi	80€
NVMe 2TB	200€
Disco externo USB 4TB	150€
Cables	50€
Thinkpad E14 (x2)	1.300€
Total	2.180€
Costes Variables (mensuales)	
Recurso	Coste
Internet	60€
Dominio lingua-ignis.com	1€
Uso eléctrico	²
Total	61€

Cuadro 2: Detalle de costes fijos y variables.

²El uso eléctrico de los servidores, al menos al principio, tan minúsculo que no merece consideración en esta tabla.