Índice

[1. La empresa 2](#_Toc347064930)

[1.1 Situación actual 2](#_Toc347064931)

[1.2 La competencia 2](#_Toc347064932)

[1.2.1 Qué nos distingue 2](#_Toc347064933)

[2. Servicios 3](#_Toc347064934)

[2.1 Combinaciones lingüísticas 3](#_Toc347064935)

[2.2 Servicios que se prestan 3](#_Toc347064936)

[2.3 Tarifas 3](#_Toc347064937)

[2.4 Clientes 3](#_Toc347064938)

[3. Objetivos comerciales 3](#_Toc347064939)

[3.1 Hasta la fecha (2010 – 2012) 3](#_Toc347064940)

[3.2 Futuros (2013 y 2014 – 2018) 4](#_Toc347064941)

[3.3 DAFO 4](#_Toc347064942)

[4. Plan de acción 5](#_Toc347064943)

[4.1 Clientes meta 5](#_Toc347064944)

[4.2 Acciones de marketing 5](#_Toc347064945)

[4.3 Presupuesto 6](#_Toc347064946)

[4.4 Control 7](#_Toc347064947)

# La empresa

## Situación actual

Si bien la razón social de la empresa será mi nombre (Alaine Altube Jiménez), a la empresa se la conocerá por la marca comercial *Hitz eta pitz*, que aún está pendiente de inscripción como marca comercial.

El logotipo será un signo de exclamación y uno de interrogación dentro de unos corchetes. El logotipo irá en negro y verde, el verde será considerado el color corporativo. Se reproducirá en toda aplicación, publicidad o publicación.

Todo el material y documentación (facturas, presupuestos, cartas, tarifas, etc.) además de llevar el logotipo, tendrá el teléfono y/o la dirección como mínimo.

El proyecto consiste en seguir con la marcha de este negocio de servicios lingüísticos como trabajadora autónoma. Los servicios se centrarán en empresas de la zona (Comunidad Autónoma Vasca y Comunidad Foral de Navarra) y agencias de traducción extranjeras.

Misión: Ser la primera opción de servicios de traducción para las empresas locales.

Visión: Ofrecer calidad total en los plazos establecidos y crear bases terminológicas personalizadas para cada cliente.

## La competencia

Dentro del grupo que denominaremos competencias nos encontramos con: traductores licenciados con muchos años de experiencia y que están dados de alta como autónomos, recién licenciados que empiezan la actividad, personas con buen dominio de idiomas que ejercen de traductores, traductores que trabajan en plantilla para agencias de traducción o en otras empresas; y personas que conocen algún idiomas y a los que recurren muchos clientes porque son los más económicos.

El mayor problema con la competencia son las tarifas y la experiencia. La experiencia es un grado y muchos traductores tienen clientes fieles que difícilmente cambiarían de traductor.

Por otro lado, las tarifas varían mucho. Desde personas que prácticamente traducen gratis por ser conocidos hasta agencias de traducción que ofrecen tarifas de 0,03 céntimos / palabra. Incluso han aparecido en el mercado tarifas que dependen de la calidad que requiera el cliente (desde 0,03 hasta 0,11 céntimos / palabra).

En nuestro caso la única no-competencia son los traductores jurados, ya que nosotros no prestamos este servicio.

### Qué nos distingue

*Hitz eta pitz* ofrece un servicio de asesoramiento lingüístico y ofrece un servicio de atención al cliente de principio a fin, lo cual le permite ahorrar en recursos.

Se diferencia también en que es un servicio cercano, un servicio enfocado a entender las necesidades lingüísticas del cliente.

Y, por último, la calidad del servicio y de la traducción es un punto muy importante a tener en cuenta para diferenciarnos de la competencia.

# Servicios

## Combinaciones lingüísticas

|  |
| --- |
| INGLÉS – ESPAÑOL |
| INGLÉS – EUSKERA | **EUSKERA – ESPAÑOL** |
| ALEMÁN – ESPAÑOL | **ESPAÑOL – EUSKERA** |
| ALEMÁN - EUSKERA |

## Servicios que se prestan

TRADUCCIÓN:

* Textos técnicos (ingeniería, energías, renovables, etc.)
* Textos divulgativos
* Textos administrativos
* Creación de bases terminológicas

INTERPRETACIÓN:

* Interpretación simultánea
* Interpretación consecutiva
* Interpretación de acompañamiento

ENSEÑANZA:

* Clases de idiomas individuales y grupales
* Clases especializadas (técnica, comercial, etc.)
* Clases de euskera y español para extranjeros

## Tarifas

Lamentablemente, hasta la fecha los proyectos de traducción que han surgido han sido bastante escasos y los he aceptado casi sin tener en cuenta cuánto cobraría. Para establecerme y poder vender mis servicios he creado un archivo con las tarifas de mis servicios (ver archivo adjunto).

## Clientes

Hasta el día de hoy, agencias de traducción que necesitaban con urgencia un traductor de euskera y empresas pequeñas.

# Objetivos comerciales

## Hasta la fecha (2010 – 2012)

Con unos ingresos mínimos impartiendo clases particulares de idiomas (500 € mensuales) no se ha podido llevar a cabo el principal y único objetivo establecido para estas fechas: vivir de la traducción, tener unos beneficios de 600 € al mes.

## Futuros (2013 y 2014 – 2018)

Con este Plan de Marketing se pretenden alcanzar los siguientes objetivos, tanto a corto como a medio plazo:

* Para 2013:
	+ Duplicar los ingresos con respecto al año anterior (2012)
	+ Tener mayores ingresos anuales en traducción / interpretación que en enseñanza
* Para 2014:
	+ Triplicar los ingresos con respecto al año 2012
	+ Hacer que los ingresos de traducción / interpretación sean del 80 %
* En cinco años:
	+ Obtener unos beneficios anuales de 15 000 €

## DAFO

**DEBILIDADES**

* Conocimientos informáticos aplicados
* Clientes

**FORTALEZAS**

* Amplia experiencia laboral en muchos campos
* Conocimientos de terminología específica

**OPORTUNIDADES**

* Empresas locales
* Agencias extranjeras

**AMENAZAS**

* Situación crítica económica mundial
* Mercado. Muchos autónomos
* Bajas tarifas de las agencias

*Hitz eta pitz* es la marca comercial de Alaine Altube. La situación económica actual y un mercado con cada vez más traductores autónomos, junto con unas tarifas muy bajas en algunos casos por parte de las agencias de traducción crean un ambiente difícil donde moverse y encontrar trabajo. Si a todo esto le añadimos la falta de conocimientos informáticos aplicados a la traducción y la carencia de unos mínimos clientes para poder tener unas cuentas saneadas hace que la situación de *Hitz eta pitz* sea muy complicada.

En estos momentos, ante la falta de clientes de traducción y para poder pagar la cuota de autónomos, entre otros gastos, tengo que impartir clases de idiomas. Esto, además, me quita tiempo para buscar nuevas oportunidades.

Sin embargo, existe la posibilidad de ofrecer mis servicios a empresas locales que ahora mismo contratan a empresas de traducción más grandes pero que ofertan traducciones de peor calidad. También se puede mirar más allá de España y buscar agencias de traducción extranjeras que necesiten mi combinación lingüística y que pagan mejor que las españolas.

Con estas opciones sobre la mesa les puedo ofrecer mi amplia experiencia en diferentes campos (ingeniería, máquina-herramienta, automoción, comercio exterior, comunicaciones, etc.), una experiencia obtenida trabajando in situ en las empresas de estas especialidades. Es por ello que, les puedo ofertar bases terminológicas adecuadas a su actividad y necesidades.

Cercanía, atención de principio a fin, terminología adecuada, experiencia en su campo y una buena relación calidad / precio harán que *Hitz eta pitz* pueda por fin tomar el camino que debe.

# Plan de acción

## Clientes meta

En estos momentos, creo que lo mejor es empezar a moverse y trabajar. Aunque suene muy general los clientes meta que busco son empresas locales y agencias de traducción. La idea es obtener clientes directos y agencias de traducción sin gastar dinero. Algunas ideas para ello son las siguientes:

* Enviar cartas a empresas cercanas que tengan sedes en el extranjero
* Darse de alta en agencias de traducción (rellenar formularios)
* Enviar emails personalizados a agencias de traducción
* Contactos: recordar a mi red de conocidos y entorno a qué me dedico. Para ello enviaré un email a todos ellos

## Acciones de marketing

Como comentaba anteriormente, también se tomarán y llevarán a cabo las siguientes acciones de promoción para atraer a nuevos clientes:

**Web**

Aunque haya comprado ya el dominio, la página web actual ([www.hitzetapitz.com](http://www.hitzetapitz.com)) es totalmente inútil. El formato es muy poco atractivo, no informa de quién soy, ni a qué me dedico. Y solo es útil porque ofrece algunas formas de contacto, comenta los servicios que ofrezco en general y menciona los idiomas con los que trabajo.

En el plazo de uno a cinco meses la web debería incluir los apartados de: presentación, traducción, interpretación, enseñanza, contacto y dónde estamos. En cada uno de los apartados de los servicios se especificará qué se ofrece. En presentación irá un breve resumen laboral y se mencionarán las asociaciones a las que pertenezco.

**Cursos**

Un punto muy importante para mejorar las debilidades que tengo en cuanto a carencias en conocimientos informáticos es asistir a cursos. También será muy útil para ampliar conocimientos y mejorar otras áreas.

Existen muchos cursos online que pueden ser interesantes. Por lado en España está Trágora Formación, con cursos de corrección ortotipográfica, traducción audiovisual, etc. Por otro lado, AulaSic ofrece cursos enfocados a la mejora profesional del traductor como Word avanzado o traducción de páginas web. También se pueden ver las opciones de Cálamo & Cran y los diferentes webinarios que oferta la asociación ASETRAD, entre muchos otros.

Por otra parte, existen cursos online en universidades extranjeras. Y, por supuesto, cursos presenciales.

**Conferencias y reuniones**

Una buena idea es acudir a conferencias de traducción o incluso de otros temas no relacionados con nuestros servicios, por ejemplo: Ferias.

Asimismo, tanto las asociaciones de traductores como otros grupos de internet (ProZ) organizan reuniones habitualmente. Es una manera de relacionarse con colegas de profesión.

**Grupos y asociaciones**

Como apuntaba en el apartado anterior, existen grupos en internet como ProZ que además de organizar eventos, ofrecen ayuda a sus miembros e incluso descuentos para la compra de programas informáticos.

Puede que solicite ser miembro de alguna asociación extranjera (ITI, por ejemplo). Ahora mismo pertenezco a EIZIE y ASETRAD.

**Tarjetas de visita**

Si se quiere ampliar la red de contactos en los cursos, conferencias o reuniones a las que asista, crear tarjetas de visita es una idea perfecta. Un punto muy importante en las tarjetas es añadir diferentes formas de contacto y los idiomas con los que se trabaja.

**Redes sociales y blog**

Twitter y Tumblr pueden ser una buena opción para mantener a los clientes informados de los pasos que se están llevando a cabo como traductora, pueden incluso atraer a nuevos clientes. Es importante recordar que no hay que saturar a los lectores.

**Cartas a empresas**

Como ya he mencionado antes, y aunque pueda sonar al pasado, opino que esta es una manera excelente de llegar a las empresas que puedan estar interesadas en mis servicios. Una carta directa, personalizada, en la que se informa de los servicios y de los idiomas que ofertamos puede llamar la atención de aquellos que no saben exactamente dónde buscar.

**Emails personalizados a agencias e traducción extranjeras**

Por supuesto, una manera efectiva de llegar a las agencias de traducción es enviarles emails. El emails constará de un asunto concreto y conciso. El email irá, si es posible, a nombre de una persona, será personalizado para cada agencia, no demasiado largo, se dará información como la combinación lingüística, los años y las áreas de experiencia y por qué estarían interesadas estas agencias en mis servicios. No hay que olvidarse de adjuntar el Curriculum Vitae.

**Guías**

Puede que anunciarse en Páginas Amarillas y pagar por ello no sea una buena idea, pero con la idea de llegar a negocios o empresas locales anunciarse en la guía local sí puede ser una buena inversión (y no demasiado cara).

## Presupuesto

No contamos con demasiado presupuesto, los ingresos mensuales actuales no superan los 500 € y los beneficios son de unos 150 €. Para finales de febrero de 2013 se espera contar con un presupuesto estimado de 500 € que se utilizará para: pagar las cuotas correspondientes de las asociaciones, imprimir tarjetas de visita, mailing a clientes potenciales y, tal vez, algún curso. Para finales de junio de 2013 se estima un presupuesto de 400 € a gastar en mejorar la página web, realizar algún otro curso complementario y puede que asistir a alguna conferencia.

## Control

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACCIÓN** | **FECHA COMIENZO** | **FECHA PREVISTA FINAL** | **FECHA FINAL** | **FINALIZADO** | **OBJETIVOS** | **RESULTADOS** |
| **SÍ** | **NO** |
| Listado empresas | 31/01/2013 | **28/02/2013** |  |  |  | - |  |
| Enviar cartas empresas | 31/01/2013 | 31/03/2013 |  |  |  | Recibir 10 consultas |  |
| Listado agencias | 31/01/2013 | 14/02/2013 |  |  |  | - |  |
| Enviar CV | 31/01/2013 | 28/02/2013 |  |  |  | Recibir 15 consultas |  |
| Imprimir tarjetas visita | 31/01/2013 | 31/01/2013 |  |  |  | - |  |
| Contactar programador web | 31/01/2013 | 31/01/2013 |  |  |  | - |  |
| Presentación de la web | 31/01/2013 | 15/06/2013 |  |  |  | Recibir 5 consultas |  |
| 1er curso | 31/01/2013 | 30/06/2013 |  |  |  | Ampliar conocimientos y contactar 5 colegas |  |
| 2º curso | 31/01/2013 | 31/10/2013 |  |  |  | Ampliar conocimientos y contactar 5 colegas |  |
| Enviar email contactos | 31/01/2013 | 31/01/2013 |  |  |  | Recibir 5-10 respuestas |  |
| Aparecer en guía | 31/01/2013 | 31/01/2013 |  |  |  | Recibir 1-5 consultas |  |