

MONTAR UNA EMPRESA DE TRADUCCIÓN EN ESPAÑA

Serena Di Pane



Qabiria

MONTAR UNA EMPRESA DE TRADUCCIÓN EN ESPAÑA

Consejos para emprendedores y un caso concreto

Serena Di Pane

Montar una empresa de traducción en España
Serena Di Pane

Copyright © 2014 Qabiria Studio SLNE. Todos los derechos reservados.

Portada: Marco Cevoli

Diseño gráfico: Marco Cevoli

La información publicada en esta guía está basada en la experiencia personal y en artículos e información pública, actualizada en el momento de la búsqueda. En ningún caso sustituye la información legal y vinculante que se obtenga de las fuentes directas, cuya lectura se recomienda. A pesar de los esfuerzos hechos por ofrecer información fidedigna, Qabiria no puede garantizar su exactitud y no se responsabiliza de posibles faltas o de las consecuencias del uso de la información aquí publicada.

Qabiria Studio SLNE

Carrer Lleida, 3 1-2

08912 Badalona

www.qabiria.com

Primera edición 2014

Agradecimientos

Esta guía está basada en una serie de artículos redactados por Carles Fernández Giua, socio fundador de Qabiria, al que agradecemos la colaboración y el trabajo realizado.

Introducción

La necesidad que tienen las empresas de expandir el mercado de sus productos hace que éste sea un buen momento para montar una agencia de traducción, un negocio de poco riesgo cuyas posibilidades han ido aumentando gracias a Internet y a la exigencia de abrirse paso en la época de la globalización, resultando en un mercado de los servicios lingüísticos que, contrariamente a la tendencia global, sigue creciendo año tras año.

El éxito de una empresa de servicios lingüísticos estriba, en primer lugar, en una gestión comercial eficaz y unas capacidades organizativas muy sólidas, pero además depende de conseguir una cartera de traductores expertos y competitivos.

Estos contenidos pretenden ser una guía para los que estéis pensando también en la posibilidad de emanciparos de vuestros respectivos (y relativamente seguros) puestos de trabajo para asociaros y constituir vuestro propio proyecto empresarial (con los riesgos, ventajas, desventajas, quebraderos de cabeza y grandes satisfacciones que ello conlleva).

La estructura de este artículo cuenta con tres grandes apartados:

1. proporcionar unos detalles acerca de la tramitación burocrática y administrativa con la que hay que enfrentarse para poner en marcha la empresa;
2. sacar a la luz los aspectos que regulan la relación entre la empresa y los colaboradores externos;
3. destacar el papel crucial de Internet en la gestión de los negocios.

En conclusión se hará referencia a una realidad reciente y concreta, el proceso que hace ocho años dio vida a nuestra propia agencia de traducción: Qabiria.

1. Burocracia para montar una agencia de traducción

1.1 El plan de empresa



Antes de lanzarte a la aventura, debes conocer qué alternativas ofrece esta actividad. Por lo tanto, el primer paso consiste en documentarse acerca de los preliminares necesarios para llegar a constituir una verdadera iniciativa empresarial. Ante todo es necesario un proyecto detallado de lo que se va a hacer, de qué forma se pretende hacerlo y con qué medios se espera contar para ello.

Con respecto al primer punto, por ejemplo, no hay que olvidar que una agencia de traducción se mueve básicamente entre dos ámbitos, la traducción y la interpretación. Puedes optar por ofrecer ambos servicios, o empezar con uno en un primer momento y luego ampliar con el otro si el negocio va bien. Si decides dedicarte sólo a la traducción, recuerda que es un mercado con una alta competencia en cuanto a precios (hacer un estudio de mercado te permitirá encontrar la mejor relación calidad-precio).

El documento en que se definen todas las características relativas a la puesta en marcha de una actividad es el plan de empresa (podéis encontrar abundante bibliografía sobre el tema además de diferentes webs que os facilitarán modelos del mismo). La finalidad del plan de empresa es realizar una reflexión estructurada y detallada sobre el proyecto. Puede parecer

que no es necesario, pero es importante poner por escrito y con el máximo nivel de detalle aquello que se va a realizar.

El plan de empresa debe ser un instrumento válido para los futuros empresarios, una verdadera herramienta que les permita definir su situación en todo momento respecto de los postulados iniciales, respecto de las primeras reflexiones, respecto de los primeros principios o bases sobre las que se empieza a construir el razonamiento alrededor del proyecto. Dicho de otra forma, el plan de empresa es importante porque te recuerda constantemente «de dónde viene todo» y «hacia dónde se quiere ir». Y, finalmente, la utilidad real de este documento matriz del proyecto empresarial reside en su flexibilidad. Es necesario encontrar el justo equilibrio entre aquello que nos parece irrenunciable y el hecho de dejar los espacios suficientes para que nuestro proyecto pueda adaptarse a las necesidades siempre cambiantes y, a veces, imprevisibles del mercado.

1.2 La forma jurídica



Una vez que hayas acabado la redacción del plan de empresa, hay que elegir la forma jurídica que mejor convenga a tu futuro negocio. Se trata de una decisión de extraordinaria importancia, ya que de ella dependen los trámites necesarios para la creación de la empresa y sobre todo las obligaciones laborales y fiscales que atañen al empresario. A la hora de elegir la forma jurídica, es necesario tener en consideración muchos factores, como el tipo de actividad que

quieres establecer, el número de socios, el capital inicial del que dispones y el grado de responsabilidad económica que estás dispuesto a asumir.

Las formas jurídicas más frecuentes para una empresa de servicios lingüísticos son las siguientes:

Empresario/a individual:

- una persona;
- no se requiere capital mínimo inicial, lo que resulta muy favorecedor para los emprendedores que no disponen de muchos medios para empezar el negocio;
- la responsabilidad es ilimitada, por lo tanto el empresario responde tanto con el patrimonio del negocio como con el propio.

Comunidad de Bienes / Sociedad Civil

- mínimo dos personas;
- no se requiere capital mínimo inicial;
- la responsabilidad es ilimitada, pero el riesgo que puede conllevar el negocio no recae sobre una sola persona;

Sociedad limitada / Sociedad limitada nueva empresa

- mínimo dos personas;
- el capital inicial exigido no es muy elevado;
- la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado.

Sociedad laboral

- mínimo tres personas;
- el capital inicial exigido no es muy elevado (excepto en el caso de la Sociedad Anónima Laboral);
- la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado.

Sociedad cooperativa

- mínimo tres personas;
- no se requiere capital mínimo inicial (que se establece en los Estatutos);
- la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado.

Sin embargo, es importante poner de relieve que la forma jurídica más habitual para una empresa de traducción es la de sociedades de responsabilidad limitada.

1.3 Trámites



El siguiente paso consiste en procurarse y realizar los trámites necesarios para la puesta en marcha de tu empresa de traducción, que dependen tanto de la forma jurídica elegida como del tipo de actividad que deseas desarrollar. Básicamente, los trámites principales para constituir una sociedad de este tipo son las siguientes:

1. Primero hay que solicitar en el Registro Mercantil el registro del nombre de la sociedad.
2. En segundo lugar, los socios deben desembolsar el capital social en la entidad bancaria elegida.
3. Tercero hay que acudir al notario para hacer una escritura de constitución de la sociedad que regule el funcionamiento de la misma.
4. Después hay que pedir el CIF (Número de Identificación Fiscal) a Hacienda y solicitar el alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE).
5. Al final hay que inscribir la escritura en el Registro Mercantil en un plazo de 2 meses e
6. Inscribir la empresa en la Seguridad Social.

Para más información, consultad la guía «Quiero montar un gabinete de traducción» publicado por la Dirección General de Empleo de la Comunidad de Madrid (véase bibliografía).

2. Colaboradores, tarifas y facturación



En este punto resulta fundamental centrarse en la búsqueda de una buena agenda de colaboradores que puedan encargarse de la traducción de cualquier tipología textual y a cualquiera de las lenguas más difundidas.

En un primer momento tus socios y tú podríais pensar en traducir vosotros mismos la mayoría de los encargos, a fin de ahorrar costes. Sin embargo, a medida que tu negocio se expanda y tu facturación aumente, ya no podrás prescindir de la colaboración de los traductores freelance.

Es importante que el perfil de tus colaboradores cumpla con los requisitos necesarios para garantizar la máxima calidad de los servicios ofrecidos. Las agencias de traducción suelen buscar a traductores licenciados en Traducción e Interpretación, nativos y, preferiblemente, especializados en determinadas materias.

Con respecto al asunto de las tarifas, hay que destacar en primer lugar que los traductores freelance no están vinculados a la agencia, pero deberán otorgar un contrato mercantil (no laboral), esto es, estar dados de alta como autónomos y emitir facturas por los servicios ofrecidos aplicando la tarifa que se determine por palabra.

En segundo lugar, es de gran importancia abordar el problema de si una traducción lleva o no lleva IVA, lo que se puede definir la «eterna pregunta del traductor». Lo primero que queremos destacar es que, ante la duda, lo mejor es consultarlo a vuestro gestor de confianza o directamente a la Agencia Tributaria. Decimos esto porque, atención, la responsabilidad de la aplicación del IVA en las facturas recae siempre sobre la persona física o jurídica emisora. Es decir, tanto en caso de que seáis autónomos como si tenéis o gestionáis una empresa, seréis vosotros los que tendréis que decidir si una factura lleva IVA o no.

Dicho esto, normalmente, las dudas de los traductores en este tema versan principalmente sobre dos tipos de trabajos:

- ¿Las traducciones literarias deben llevar IVA?

No, las traducciones literarias no deben llevar IVA. Es más, ninguna traducción sobre textos que comporten derechos de autor queda gravada por el IVA, por lo tanto, pueden ser incluidas obras de carácter científico y artístico. El hecho de que el titular de los derechos de autor renuncie a los mismos no afecta a la exención de IVA. Por otra parte es aconsejable hacer constar en la oportuna factura que se trata de una operación sujeta al impuesto pero exenta del mismo en aplicación del artículo 20.1.26 de la ley 3/1992 de 28 de diciembre.

- ¿Las traducciones realizadas para clientes extranjeros deben llevar IVA?

Tampoco. Las traducciones realizadas para clientes que no disponen de ningún establecimiento en el territorio nacional no quedan gravadas por el IVA. En todo caso, hay que tener en cuenta un par de aspectos. No quedan gravados por el IVA los trabajos realizados para clientes de la Unión Europea que estén registrados en el VIES (registro de operadores intracomunitarios), o sea que tengan un número de IVA nacional inscrito en tal registro. En cambio, sí se aplica el IVA a los clientes de la Unión Europea que no estén registrados en el VIES o que no tengan asignado ningún número de IVA (o sea clientes particulares). Todas las operaciones extraeuropeas no están sujetas a IVA.

Es conveniente hacer constar en la correspondiente factura el hecho de que se trata de una operación no sujeta al impuesto por realización del hecho imponible fuera del ámbito de aplicación del propio impuesto; en caso de que se trate de operaciones intracomunitarias hay que tener en cuenta que han de ser registradas en las declaraciones trimestrales del IVA (el modelo 300) y los resúmenes anuales (el modelo 390).

Además, el volumen de estas operaciones deberá constar, trimestralmente, en el mod. 349 (declaración recapitulativa de operaciones intracomunitarias y mensualmente en la llamada declaración estadística intrastat, en caso de que se superen los 200.000 euros). Para posibles consultas sobre el propio texto de la ley del IVA, éste es el link correspondiente en la página del BOE: <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1992-2870>

Un último factor a tener en cuenta es la importancia del llamado certificado de contratistas y subcontratistas. Este contrato tiene su razón de ser y fundamento en el concepto de «responsabilidad subsidiaria». La idea es simple: Hacienda puede reclamar subsidiariamente a las personas físicas o jurídicas que hayan contratado servicios con operadores que no estén al

corriente de sus obligaciones fiscales. El certificado del que hablamos es un medio más del que Hacienda dispone a fin de delegar la tarea de control en los propios administrados. La obtención del certificado, exime a la parte receptora de la prestación de la asunción de tal responsabilidad.

En todo caso, conforme a lo establecido en la Disposición Transitoria Primera de la Ley General Tributaria, será necesaria esta certificación (que tiene una validez de un año) cuando se trate de obras o servicios contratados o subcontratados que se inicien a partir del 1 de julio de 2004. Esta norma implica que, en el campo de la traducción, es necesario que solicites este certificado, por ejemplo, a tus colaboradores (sean freelance o agencias). Un cliente podrá solicitar este documento a sus proveedores si concurren las dos condiciones que siguen:

1. Que el concepto sea, realmente, el de prestación de servicios (por lo tanto, no se contempla el supuesto de entrega de mercancías);
2. Que la relación existente entre proveedor y destinatario del servicio sea directa y necesaria. Es decir, que el servicio que el destinatario solicita no sea incidental sino que haya una relación directa y necesaria entre la actividad principal del cliente y el servicio solicitado del proveedor.

Para solicitar el certificado, basta con conectarse a la web de la Agencia Tributaria española, sección de empresas y profesionales y, en el menú vertical de la derecha, entrar en «certificaciones de contratistas y subcontratistas». El link directo es: <https://aeat.es/ie3css0i.html>

3. El papel de Internet en el sector de la traducción

3.1 Una herramienta imprescindible



La necesidad cada vez mayor de recurrir a la traducción para adaptarse a la globalización han hecho que Internet se convirtiera en una verdadera herramienta empresarial. Las posibilidades que Internet puede ofrecer a una empresa de servicios lingüísticos son infinitas.

En primer lugar, se trata de una verdadera puerta de acceso a los mercados internacionales. Por ello es fundamental crear una página web traducida a un buen número de idiomas y con una calculadora de presupuestos integrada para atender a clientes procedentes de cualquier rincón del mundo con eficacia y rapidez.

Asimismo, trabajar para que tu página web obtenga un buen posicionamiento en los motores de búsquedas es una estrategia fundamental para promocionar tu empresa y llamar la atención de nuevos potenciales clientes.

Finalmente, lejos de ser un simple escaparate, tu página web debería formar parte de tu estrategia de marketing de contenidos. Los potenciales clientes encontrarán en la web recursos interesantes y relacionados con sus necesidades, así como herramientas útiles para resolver problemas. Sólo de esta forma será posible, con el tiempo, posicionarse como verdaderos expertos y ser reconocidos como tales.

3.2 PayPal como modalidad de gestión de cobros y pagos



El hecho de que el mercado de la traducción haya quedado totalmente vinculado a Internet afecta también al aspecto financiero de dicho sector. De hecho, el número de transacciones que se realizan a través de la red crece de forma exponencial y el comercio electrónico se configura pues como un sector decididamente en alza.

Es en este marco donde se coloca el papel crucial de la empresa estadounidense PayPal. Esta empresa ofrece servicios de transferencia de dinero entre usuarios que tienen correo electrónico. La gestión de cobros y pagos mediante PayPal presenta ventajas e inconvenientes tanto en caso de agencias de traducción como de traductores freelance.

En líneas generales, Paypal presenta la ventaja de hacer innecesaria la comunicación de datos sensibles (núm. de cuenta o de tarjeta). Por ello, también es necesario decir ya desde ahora, que si algún inconveniente presenta para el vendedor es el de una cierta inseguridad, en el sentido de que queda desprotegido frente al comprador (ya que éste puede anular los pagos fácilmente: en una transacción bancaria, en cambio, una vez hemos recibido el dinero sólo nosotros podemos decidir restituirlo).

Por lo tanto, se deduce que PayPal puede ser útil en tanto que puede facilitar al cliente el trámite del pago y no le supone ningún coste adicional. Por otra parte, las comisiones que

aplica Paypal serán sin duda menores que las de algunos bancos. Éste es seguramente el punto esencial a la hora de decidir utilizar Paypal: será necesario valorar si las comisiones de nuestro proveedor de servicios financieros son superiores o inferiores.

3.2.1 ¿Qué es PayPal y cómo funciona en concreto?

Toda la información es disponible en la web de PayPal (www.paypal.es). Lo que podemos anticipar es que también se ofrece un servicio de cuenta business expresamente pensado para empresas. El sistema se basa en la abertura de una cuenta en Paypal. En ella se depositará una determinada cantidad de efectivo. A la hora de pagar, si el método elegido es el de pago a través de cuenta Paypal, simplemente se realizará una transacción virtual por la que la cantidad de la cuenta del comprador será abonada a la del vendedor. Será el vendedor quien, en el momento en que se produzca el ingreso en su cuenta, deberá hacer frente a una comisión. Para obtener un cuadro claro de las tarifas de esta comisión que soporta el vendedor podéis acceder a la sección de preguntas frecuentes de ebay España:

https://www.paypal.com/es/cgi-bin/webscr?cmd=_display-pop-fees-outside

El traspaso de dinero de tu cuenta de empresa Paypal a una cuenta corriente bancaria también está sujeto a comisión en caso de que no se superen los 100 euros. Como ves, en todo caso, el sistema puede ser útil a fin de agilizar los pagos y los cobros y, sobre todo, porque podemos contar con el hecho de que el cliente ahorra al no soportar comisión alguna. Es importante saber sacar provecho de ello.

3.2.2 ¿Qué NO es Paypal?

Paypal no es un banco. Ello implica que no se rige por las leyes de las entidades bancarias. O sea, que los usuarios están menos protegidos desde el punto de vista legal (aunque ya hemos dicho que, desde el punto de vista de la privacidad, el comprador no facilita sus datos sensibles). En todo caso, el sistema queda bajo la tutela de las reglas del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos de América y de la Autoridad de Servicios Financieros de la Unión Europea. Por ello hay que tener en cuenta que:

- el hecho de que no sea un banco implica también que PayPal no ofrece ningún interés por el dinero que mantenemos en la cuenta de Paypal;
- además la empresa no garantiza personalmente ninguna operación;
- a todos los efectos, los cargos de PayPal son recibos domiciliados, que o se atienden o no, sin perjuicio del titular. Por ello, el vendedor queda desamparado si el comprador decide anular el abono durante los 3 meses siguientes a la operación (alegando motivos como: usurpación de personalidad, uso no autorizado, producto no recibido o elemento recibido distinto a su descripción).

En resumen, PayPal cobra por:

- utilizar PayPal como plataforma de cobro (comisión cobrada al vendedor).

- traspasar fondos a una cuenta corriente.
- realizar la conversión de divisas al comprar en una moneda distinta (comisión cobrada al comprador).

PayPal no cobra por:

- cargar dinero en la cuenta de Paypal.
- abrir varias cuentas en divisas diferentes (siempre que sea dentro de PayPal).

4 Un caso concreto: Qabiria



A conclusión de este trabajo, queremos compartir nuestra experiencia del proceso (tanto interno como administrativo) que hemos seguido para constituir nuestra propia agencia de traducción: Qabiria Studio SLNE (<http://qabiria.com/>). El hecho de compartir una experiencia nos parece importante por diferentes razones:

1. es útil para nosotros porque nos permite sintetizar los elementos esenciales del proceso que hemos vivido a través de explicitarlo en estas líneas con un tono directo y desenfadado;
2. pensamos que puede ser útil para otros en tanto que pone de relieve tanto las ventajas como los inconvenientes de un proceso similar. Y, en definitiva, el hecho de que alguien te cuente cómo ha sido algo para él contribuye a desmitificar ese «algo».

Lo primero fue poner las cartas sobre la mesa. Qabiria SLNE fue fruto de un notablemente largo periodo de conversaciones y discusiones. En una experiencia asociativa la dificultad estriba fundamentalmente en detectar los puntos en común entre los participantes. Las diferencias, de hecho, aparecen solas. En nuestro caso, hicimos un gran esfuerzo para poner el énfasis en lo que teníamos en común por encima de aquello en que divergíamos. Una vez hubimos tomado consciencia de nuestro compromiso común, llegó la hora de dar el primer paso. Ello pasó por documentarnos acerca de los preliminares necesarios para llegar a constituir una verdadera iniciativa empresarial, fase que hemos resumido en las secciones anteriores.

Las primeras reuniones de los tres socios fundadores fueron orientadas a discutir los contenidos de nuestro futuro plan de empresa e identificar los objetivos comunes, es decir, trabajar juntos en un sector que nos gustaba y nos satisfacía: la traducción. De acuerdo con nuestras competencias, decidimos movernos en tres ámbitos: la traducción editorial, la traducción técnica y el asesoramiento lingüístico, con italiano, español, catalán, alemán e inglés como idiomas de partida e italiano, español, y catalán como lenguas de llegada.

También nos pareció importante buscar un punto de diferenciación para hacernos hueco en el mercado, así que decidimos ofrecer también servicios de asesoramiento técnico y cursos de formación para traductores y gestores de proyecto.

Otro asunto importante que llevó mucho más tiempo de lo previsto fue la elección del branding y del nombre de nuestra actividad. Después de examinar un número sorprendente de ideas y propuestas, los tres optamos (no a la unanimidad, hay que reconocerlo) por el nombre de Qabiria. ¿Por qué? Este nombre es una deformación de Cabiria, nombre propio femenino italiano. Cabiria aparece por primera vez como título de una película italiana de 1914, que marcó un hito en la historia del cine al ser una de las primeras superproducciones y además uno de los primeros ejemplos de utilización de la cámara con finalidad narrativa. El nombre de Cabiria fue utilizado también por el director italiano Federico Fellini en una de sus obras galardonadas con el premio Oscar, *Le notti di Cabiria* de 1957. Elegir este nombre significaba entonces ligarse a una época dorada de éxitos italianos, con un toque nostálgico y cierta autoironía (es sabido que el traductor es la *segunda* profesión más antigua del mundo).

Respecto de la parte gráfica, la marca está formada por un coche, precisamente un FIAT 500, que entra (o sale a marcha atrás, dependiendo de los puntos de vista) dentro de un garaje. El coche tiene una llave para darle cuerda, así que en realidad representa un juguete. Las razones que nos llevaron a elegir esta imagen son las siguientes:

- Los modelos FIAT 500 y SEAT 600 presentan un gran parecido si se miran por detrás. Enfocando el coche de esta forma, se alcanza un reconocimiento fácil tanto entre los españoles, cuanto los italianos, los dos públicos objetivos de Qabiria.
- Ambos modelos tienen unas características que también se pueden aplicar a Qabiria:
 - fuerte connotación regional (el 500 fue el coche del «boom» económico en Italia, así como el 600 lo fue en España);
 - fiabilidad (gracias al motor enfriado a aire la mecánica era simplificada y muy estable);
 - fácil de alcanzar (era un coche económico y para todos);
 - aspecto « simpático», cercano y un diseño - por su época - rompedor (sobre todo el 500 de Dante Giacosa);
- El añadido de la llave para darle cuerda tiene la finalidad de desdramatizar la excesiva seriedad que rodea el sector y quiere expresar el concepto de trabajar divirtiéndose.

En definitiva, el conjunto de nombre y grafismo intenta ser una síntesis de los conceptos que Qabiria quiere transmitir con su nombre: ironía, creatividad, fiabilidad, tecnología y cultura.

Durante las primeras reuniones, también se abordó el tema de la subdivisión de los papeles en la agencia, de acuerdo con las competencias y los ámbitos de especialización con los que cada uno de nosotros podía contar. Del mismo modo decidimos dividirnos las cuentas de los clientes, con el fin de cumplir sus demandas y exigencias de la forma más eficaz y adecuada posible. Sin embargo, a pesar de que cada uno tenga sus propias competencias, siempre hemos trabajado codo con codo para sacar provecho de nuestra actividad.

Los aspectos logísticos fueron los más sencillos: desde el principio, tomamos la decisión de no comprar o alquilar una oficina, ya que los servicios de traducciones se desarrollan en su gran mayoría a distancia. Por lo tanto, trabajar cada uno en su propia casa nos pareció la decisión más conveniente, a condición de que pudiéramos contar con un sistema de gestión capaz de registrar todos los movimientos de nuestra actividad.

Así que necesitábamos un software ERP, accesible en cada momento a través de Internet y capaz de almacenar y clasificar toda la información sobre el personal interno, los proyectos, los clientes, los proveedores, las finanzas, etc. Optamos por utilizar project-open, un sistema de gestión gratuito y de código abierto, lo que significó un gran ahorro para nuestra nueva actividad. La compra de licencias de software suele ser uno de los mayores gastos para cualquier nueva empresa. En segundo lugar, nuestra elección fue impulsada por el hecho de que dos de nosotros habían tomado parte en la implementación de project-open en su anterior lugar de trabajo. Conocíamos bien sus características y habíamos sido entrenados para utilizarlo de manera eficiente. Por último, la estructura de este programa de gestión, basada en módulos, permite adaptarlo tanto a las empresas más pequeñas, como a las de gran tamaño, lo que nos garantizaba «escalabilidad» de cara al futuro. Elegimos, eso sí, la versión para instalar, en lugar de la versión SaaS («Software as a Service»), que instalamos y configuramos personalmente.

Una vez tomadas estas decisiones y preparada la infraestructura, había que ponerlo todo por escrito en el plan de empresa. A este fin, nos dirigimos al IMPO (Institut Municipal de Promoció de l'Ocupació, el organismo de Badalona que da soporte a los nuevos proyectos empresariales) para obtener asesoramiento para nuestro proyecto. El IMPO nos proporcionó las plantillas para la elaboración del plan de empresa y unas hojas de cálculo preconfiguradas para estudiar los escenarios financieros con una estimación de las ventas. A este respecto, recomendamos dirigirse siempre a un organismo de apoyo a la iniciativa empresarial y contar con asesores profesionales para el desarrollo de nuevas profesiones.

En cuanto a la elección de la forma jurídica, llegamos a la conclusión de que la Sociedad Limitada Nueva Empresa era la forma más adecuada para nuestros propósitos asociativos y empresariales. En pocas palabras, la SLNE es un modo abreviado y simplificado de constituir una sociedad. En líneas generales, se rige por los principios y tiene la naturaleza de la Sociedad de Responsabilidad Limitada, con unas ventajas:

- se requiere una única comparecencia ante el notario;

- la tramitación administrativa se acumula mediante el documento electrónico único (DUE).

El DUE es un documento telemático en el que se incluyen todos los datos referidos a la SLNE que deberán remitirse a las administraciones y registros pertinentes para hacer efectiva la constitución de la sociedad y dar cumplimiento a las obligaciones tributarias y de seguridad social. La ventaja principal de esta forma jurídica estriba en la posibilidad de recurrir a la tramitación telemática, lo que agiliza mucho los trámites y acelera los tiempos.

En nuestro caso, dentro de 48 horas obtuvimos todos los documentos necesarios para poner en marcha nuestra actividad. Fue suficiente acudir al «Punto de asesoramiento de inicio de tramitación» (PAIT) más cercano (para nosotros fue aquel de Barcelona, ubicado en la Cámara de Comercio) y rellenar la documentación (el DUE).

A partir de entonces Qabiria ha sufrido algunas modificaciones, primera la baja de uno de los tres socios fundadores, pero se ha mantenido operativa hasta hoy, con unos ajustes en cuanto a modelo de negocio y finalidades. La actividad principal sigue siendo la traducción, pero hoy en día está casi exclusivamente enfocada a la localización de software, páginas web, aplicaciones para smartphone y a la traducción de documentación técnica.

Hasta la fecha hemos traducido algo como 10 millones de palabras a diferentes idiomas (mayoritariamente al italiano), con unos 250 proyectos por año de promedio. Por otro lado, hemos compaginado la actividad de traducción y de gestión de proyectos con la formación, con clases presenciales, cursos a distancia, webinar y colaboraciones con centros universitarios y escuelas de especialización en Italia y en España. Hemos encontrado el tiempo de publicar un libro, la *Guía completa a OmegaT* que ha tenido una muy buena acogida y nos ha permitido reafirmarnos como seguidores de la filosofía del software open source.

Bibliografía

C. García Vega (2009). "Plan de negocio: agencia de traducciones". *Emprendedores* <http://goo.gl/UNM2vz>

Dirección general de empleo de la Comunidad de Madrid (2009). "Quiero montar un gabinete de traducción e interpretación". <http://goo.gl/R7ijf4>

I. García Méndez (2009). "Un buen plan de negocio". *Emprendedores* <http://goo.gl/pVYu0z>

J. Escudero (2008). "Qué hago con el plan?". *Emprendedores* <http://goo.gl/BDDDMq>

Sitografía

Agencia Tributaria - <http://www.agenciatributaria.es/>

Barcelona Activa: <http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/es/index.jsp>

BOE.es - Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado: <http://www.boe.es/>

Comprar, vender y transferir dinero por Internet - PayPal España: <https://www.paypal.com/es/webapps/mpp/home>

Institut Municipal de Promoció de l'Ocupació: <http://www.impo.cat/>

Qabiria: <http://qabiria.com/>