



A.C. CONALTI

Asociación Civil Colegio Nacional de Traductores e Intérpretes
Miembro de la Fédération Internationale des Traducteurs (FIT)

BOLETÍN No. 39 Octubre – diciembre 2007

ISSN: 1856-5085



La empresa
de traducción:
una organización
muy singular

En Venezuela
hay excelentes
profesionales,
¡y a mucha honra!

ÍNDICE

Editorial	1
En Venezuela hay excelentes profesionales, ¡y a mucha honra!	2
La traducción audiovisual tiene gran repercusión social	6
La empresa de traducción: una organización muy singular	8
Administración y organización de un emprendimiento	13
MemoQ: un nuevo entorno de localización	19
Escritores traducidos	21
¿Cuánto se aprende en un día?	22
¡Bravo, colegas!	23
Premio Panhispánico de Traducción	24
La biblioteca del traductor	25
Intercambios: Organización Mexicana de Traductores	26
Conalti al día	27

Comité Editorial:

Patricia Torres, *editora*
Otilia Acosta, *editora asistente*
Yanira Urdaneta, *secretaria*

Correctoras:

Lydia Allo
Martha Rodríguez
Yanira Urdaneta

Colaboraron en este número:

Pedro L. Díez Orzas
Eugenia Bahit

Foto de portada:

<http://sxu.hu>

Diseño:**ISSN:**

1856-5085

Depósito legal:

pp198403DC454

EDITORIAL

Mucho se ha discutido sobre las competencias que debe desarrollar el traductor. Sin embargo, el debate se ha centrado principalmente en las necesidades de formación como profesional de los idiomas: dominio del idioma materno y del segundo idioma, traductología, lingüística, semántica, análisis del discurso, una extensa cultura general, etc.

El debate pareciera excluir el mercado de trabajo y las salidas profesionales. No se abordan interrogantes claves (¿busco trabajo en una empresa o establezco mi propia empresa? ¿Me lanzo al mercado solo o me asocio con algún compañero de estudios o colega? ¿Cómo me organizo?). Lo usual es que, cual hoja que se deja arrastrar por el viento, sean diversas corrientes variopintas (la oportunidad ofrecida por algún colega o compañero de estudios, un aviso en el periódico, la llamada de un conocido) las que definan el destino de nuestro ejercicio profesional.

El eje temático de este boletín es la iniciativa empresarial en la comunidad de traductores. Presentamos casos exitosos que representan unos pocos ejemplos de los triunfos alcanzados por muchos colegas, así como artículos explicativos que bien podemos usar como guía.

El empresario percibe oportunidades y las aprovecha, planifica y organiza, asume riesgos, define metas, concibe proyectos y genera trabajo para él y para otros.

No basta con considerarnos profesionales y preocuparnos por mejorar o desarrollar nuestras competencias; debemos ir más allá, debemos convertirnos en *empresarios*. Sin embargo, ¿cómo se adquiere el espíritu empresarial? ¿Qué modelos se pueden imitar? La información abunda; con este boletín, simplemente deseamos sembrar la semilla.

Tracémonos una meta para los próximos doce meses: comenzar a desarrollar mentalidad de empresarios de la traducción.

EN VENEZUELA HAY EXCELENTES PROFESIONALES, ¡Y A MUCHA HONRA!

Luilla Molina Lazo de Díaz Urbano, directora de traducciones de SP Traductores e Intérpretes, comparte algunas de sus impresiones como empresaria de la traducción en Venezuela

¿Cuándo decides crear una empresa y qué razones te impulsaron a hacerlo?

No me gusta la palabra NO; me enferma, me intoxica. Cuando llegué de Alemania todo era NO. En Venezuela NO hay, NO existe, SE ACABÓ, SE FUERON, QUEBRARON. Cada vez que un cliente me solicitaba algo fuera de mi área, comenzaba a indagar, a preguntar a mis colegas, a mis amistades, a todo el mundo para ver si podía complacerlo y resolverle la situación. La mayoría de las veces, cuando hacía averiguaciones, la respuesta era NO.

Viendo esta realidad y considerando que poco a poco me había ido involucrando con empresas, porque les traducía, les hacía interpretación consecutiva o de enlace o llamadas telefónicas para el extranjero y situaciones similares, y sus empleados me preguntaban si tenía una compañía para registrarla como proveedora, inicié las andanzas para constituir una compañía.

¿Cuáles fueron las dificultades que tuviste que enfrentar?

TODAS. Cuando tú no eres ni corrupto ni narcotraficante y tienes que contar el medio para completar el real, debes ser verdaderamente perseverante para triunfar y no dejarte decaer. Una empresa de cero bolívares de capital es, a los ojos de todos, una empresa. Nadie sabe tu capital, pero tienes una empresa. Eso es lo que vale. Tú llevas la cruz por dentro de todo lo que te falta, pero debes tener una columna de acero, bien sólida, como para seguir dándole y dándole hasta que

con los años comienzas a ver el fruto de tus esfuerzos.

¿Tienes algún proceso de reclutamiento y selección de traductores?

En relación con la selección, cuando tenemos contactos con los traductores, lo primero que exigimos es que sean muy honestos con nosotros y que nos digan cuál es realmente su lengua materna, con cuál idioma se sienten bien, cuáles son las áreas que les gustan. Particularmente, leo casi todas las traducciones antes de que se entreguen al cliente en los idiomas que domino, y en los que no me coloco en la buena disposición de los colegas que tienen muchos años trabajando con nosotros y han demostrado ser eficientes, conscientes, honrados, serios y muchas cosas buenas más.

Al revisar las traducciones me voy percatando de qué es lo que realmente le gusta a un colega determinado y trato de darle siempre trabajos en esa área. Claro, a veces nos ocupamos con temas que no nos gustan para nada, pero los debemos hacer y en estos casos debemos tener más cuidado para tratar de presentar un resultado pulcro, porque sabemos que tratamos un tema que no es de nuestros favoritos.

En relación con el reclutamiento, ahora, por ejemplo, necesitamos a un corrector de estilo y a tres traductores dentro de la oficina que entre todos dominen alemán, inglés, francés, italiano y portugués. Hemos entrevistado a varios colegas, pero por un motivo u otro aún no hemos logrado conformar ese trío que realmente

requerimos, aunque hemos trabajado con algunos de ellos como subcontratados.

¿Crees que en el país existe una buena oferta de traductores profesionales calificados?

Por supuesto que los hay y son excelentes, por demás, y ¡a mucha honra! Hay diferentes tipos de traductores, dependiendo de cómo se han formado y las ganas de aprender.

Existe muy buena voluntad en traductores que quieren formarse, foguearse, pasar por todos los niveles por los que muchos ya hemos pasado; pero hay otros que quieren alcanzar la cúspide rápidamente y a la cima se llega después de muchos años de estudios, de búsqueda, de lectura, de investigaciones, de intercambios culturales y de miles de palabras traducidas. Ese tesón es el que tal vez falta en algunos, indistintamente de que sean egresados de universidades o no.

Yo creo que la falla radica un poco en los traductores que no han tenido, por circunstancias de la vida, suficiente apoyo para que se les impulse, se les guíe debidamente, para que se les muestre la realidad del camino que no culmina con un título, sino que se inicia allí.

Existe también un grupo de traductores que se ha hecho en la práctica, con los años, que no ha estudiado para ser traductor, y que demuestra tener madera para la traducción y lo hace muy bien; hay otros, en las mismas circunstancias, que aún les falta leer bastante más, para saber lo que implica tener diversidad de conocimientos fundados en la traducción.

Y luego están los intérpretes públicos que no necesariamente son traductores universitarios, pero que, afortunadamente, desde que existe nuestra escuela de idiomas, cada vez son más los universitarios que se hacen intérpretes públicos, lo que garantiza la entrada de

¿Qué nuevos retos te planteas en esta etapa de crecimiento de la empresa?

Tenemos una gran, una inmensa, una bellísima ilusión que ojalá Dios nos la conceda a todos, a nuestra empresa, a todos los traductores, a todas las asociaciones de traducciones, al mundo de los traductores que vivimos en Venezuela, indistintamente de que sepan o no, que sean excelsos o no, que sean jóvenes o viejos, experimentados o jojetos: nosotros, algún día, entre todos, fundaremos el **Centro de la Traducción**.

Así como hay centros médicos, donde todos tienen sus consultorios, así como hay edificios donde todos tienen sus bufetes de abogados, así nosotros queremos un centro de traductores, donde todos tengamos nuestras oficinas, salón de fotocopiado y encuadernación, salón de telecomunicaciones, salón de conferencias, equipos técnicos para simultánea, bibliotecas, editoriales, en fin, todo lo referente al mundo de las traducciones. Y eso algún día lo levantaremos entre todos. Nos falta la unión para lograrlo; tenemos que empezar a internalizarlo, a sentirlo como nuestro, a apropiarnos de la idea; tenemos que impulsar la idea, darle forma, y darle y darle, pero lo tendremos. Ojalá y así sea.

profesionales al mercado.

De acuerdo con tu conocimiento del traductor local, ¿crees que la calidad de los traductores venezolanos puede competir con la calidad de traductores de otras latitudes?

¡Pero por supuesto! No solamente lo creo: lo sé. Hay muchos colegas tanto traductores como intérpretes que tienen clientes extranjeros, que reciben sus trabajos vía electrónica o bien se montan en un avión y se van a interpretar a otros países. Nuestros profesionales son buenos y podríamos ser mejores si tuviéramos más acceso a libros, a cursos variados, a actividades profesionales que nos permitieran desarrollarnos. Cuando antes te decía que algunos grupos de colegas necesitan apoyo profesional es porque justamente estaba pensando en que si bien hay muchos, sobre todo en las generaciones más jóvenes, que quieren salir adelante, sus deseos a veces se frustran porque no encuentran oportunidades para perfeccionarse. ¿Te imaginas si pudiéramos tener otra vez lo que en mi época formó a tantos miles de excelsos profesionales venezolanos, como fue la Fundación Gran Mariscal de Ayacucho? Esta institución todavía existe, pero no cumple las funciones que tenía. ¿Te imaginas a nuestras jóvenes generaciones y a todos los traductores e intérpretes, indistintamente de su edad, saliendo a diferentes partes del mundo a oxigenarnos, a actualizarnos, a instruirnos?

Honestamente, cuando pienso en el esfuerzo que tenemos que hacer en Venezuela para sacar a flote la carrera de traducción e interpretación, sin recursos, sin posibilidades de viajar, de aprender o practicar el idioma en los países de origen, creo que los traductores venezolanos somos unos grandes héroes,

porque sin tener apoyo y estando muy limitados, somos buenos.

¿Cómo sería si tuviéramos apoyo? Ya hubiéramos llegado a Júpiter y estaríamos traduciendo del jupitense al español.

¿Qué tan fácil o difícil se te hace conseguir traductores para satisfacer la demanda de tus clientes?

No es difícil conseguir traductores. Difícil es que los experimentados tengan tiempo. Difícil es adiestrar a un joven traductor, porque en la oficina no tenemos mucho tiempo para ello; entonces,

cuando empezamos a contar con los servicios de un colega de poca o mediana experiencia, vamos tanteando poco a poco hasta que vaya agarrando el ritmo, así lo vamos formando según los parámetros de la oficina.

¿Cómo ves el futuro del mercado de la traducción?

Triste pero bueno. Triste porque desde hace casi ocho años traducimos, esencialmente, para todos los que se están marchando; bueno porque hay trabajo para regalar. Triste porque todos los que

se han ido, incluyendo a traductores e intérpretes, dejan espacios vacíos; bueno porque tales espacios alguien los tiene que ocupar. Triste porque antes traducíamos libros, manuales, literatura muy variada, muy interesante y ya casi no lo hacemos; bueno porque tales documentos se han substituido por trabajo de consecutiva, enlace y susurro, y eso es lo que parece perfilarse para el futuro: más trabajo de interacción que de distancia, es decir, más contacto oral que visual.

Uno de los factores de éxito de SP Traductores e Intérpretes ha sido el RESPETO con letras mayúsculas. El respeto al ser humano, a ti mismo como individuo, el respeto por la profesión, porque creen en ti, por el país, por su población, el respeto porque busques, encuentres, ofrezcas y sirvas en lugar de decir "no hay", "me enfermé", "me agarró el tráfico", "amanecí de mal humor".

¿Qué estrategias utilizas para captar clientes?

Esa sí es una buena pregunta. Estrategia, ninguna. Actitudes, muchas: todas las que un profesional debe tener y de las cuales debe estar convencido porque forman parte de su cotidianidad, tanto en el ámbito profesional como familiar y social. Entre esas actitudes están la responsabilidad, seriedad, compromiso, honestidad, respeto, consideración, calidad profesional y técnicas de trabajo actualizadas.

¿Cómo podrías resumir tu experiencia como empresaria de la traducción?

Mi experiencia dice que una empresaria no puede dejar abandonada su tienda jamás. Existe un dicho que reza: “El que tiene tienda que la atienda; si no, que la venda”. Esto es muy cierto; es la esencia del negocio. La esencia significa que debes preocuparte desde lo más pequeño hasta lo más grande, de tener la gentileza de recibir a un visitante, ofrecerle un café o té, hacerlo sentirse bien, pero eso debe salir del corazón, no puede ser una lección aprendida de un libro de gerencia: uno debe comulgar con la idea de “querer a la gente”.

También debes preocuparte para que tu oficina sea inmaculada; no necesariamente lujosa, pero limpia, agradable a la vista y donde se irradie una atmósfera de simpatía, calidez, responsabilidad, eficiencia, trabajo profesional, digno y responsable.

Además debes dedicarle tiempo al cliente, cuando te llama, mientras le haces una traducción, así como cuando te llama de nuevo dos o tres años después; continúas concentrándote en lo que el cliente quiere, para evitar malos entendidos. Odio los malos entendidos y el choque de palabras: “porque yo le dije que... y ahora usted me dice que...”. Eso es fatal.

Después viene el “ejecútese la obra” y, en

efecto, vas a crear una obra, con tiempo si tienes suerte, pero con amor, dedicación, seriedad, con conocimiento del tema y si no lo tienes, indagas, te informas hasta que encuentres la respuesta apropiada a tu trabajo y, finalmente, la imprimes, con buena tinta y papel, la sellas o no, la colocas en un sobre y cuando llega el cliente se la muestras con orgullo, a sabiendas de que has respetado la confianza que depositaron en ti, y que el producto final que entregas es el resultado de la conciencia profesional que tienes, combinada con el respeto por el ser humano que se acercó a ti. Todo eso te hace sentir muy bien, y culminado todo ese proceso de entrega del trabajo viene la horrible estocada: “Señor, suba a administración para pagar la factura”. ¡Qué horror! Esa parte no me gusta tanto. De eso se encargan las administradoras,

Sandra Lazo y Carolina Ocando, y mientras yo me desaparezco.



La práctica también me dice que no puedes tratar

a todos los clientes igual; hay unos que requieren más tiempo que otros, a los que les debes tener más paciencia. No todos están en las mismas condiciones para pagar lo mismo; y en ocasiones hay que tener olfato para ofrecerle al cliente un trabajo bajándole el precio, sin hacérselo sentir para que no se ofenda, de manera que él pueda darle el uso que requiere. Así habrás agradecido a Dios por todo lo que Él te da a diario en abundancia, porque como bien dice el refrán: “Hoy por ti y mañana por mí”.

Mi experiencia también me dice que la gente quiere trabajar en paz, en armonía, sin tantos rollos, que quiere resolver situaciones y confiar en alguien que se las resuelva expedita y honestamente. Mi experiencia me dice que la vida puede ser una maravilla si todos los corazones queremos el bien para todos, en todos los sentidos.

LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL TIENE GRAN REPERCUSIÓN SOCIAL

Ebert Morillo, director de Recursos Humanos de Rosetta Translat, comenta sobre su evolución en un campo de trabajo cada vez más popular

¿Cuál es tu formación profesional como traductor?

Estudí Idiomas Modernos en la Universidad Central de Venezuela, la mención Traducción e Interpretación.

¿Cómo diste el salto de egresado de la UCV a socio de una compañía de traducciones?

Antes de finalizar mis estudios comencé a trabajar en la traducción audiovisual. Trabajé como traductor *freelance* principalmente para dos empresas, las cuales me ofrecieron trabajos mensualmente durante varios años. Aquí en Venezuela uno trabajaba *freelance* con cadenas de televisión por cable, como HBO Olé (que luego cambió a Mundo y A&E).

Luego comenzó a cambiar el mercado de trabajo: apareció el *outsourcing* y me asocié para formar una compañía. De esa forma comenzamos a buscar trabajo, eliminando los intermediarios y contactando directamente a los canales de televisión por cable en el extranjero.

El objetivo era competir con otras empresas y por eso fue necesario ofrecer una mayor capacidad de trabajo, superior a lo que puede ofrecer uno como traductor independiente. Precisamente por ese motivo comenzamos a buscar a otros traductores: para tener una mayor capacidad de trabajo.

¿Esa búsqueda los lleva a ofrecer talleres? ¿Puedes explicar en qué

consistieron sus jornadas de reclutamiento en la UCV?

Comenzamos con los traductores que conocíamos. Luego contactamos a la UCV (dos de nosotros venimos de esa universidad) para buscar gente con un perfil específico: estudiantes de los últimos años de la carrera y recién egresados para incorporarlos al mercado de la traducción audiovisual. Este perfil es el que nos ha resultado más idóneo porque se trata de profesionales con formación académica que tienen conocimientos de lingüística, entre otras cosas, lo que facilita la capacitación porque manejamos un lenguaje común, el lenguaje teórico.

Dictamos varios talleres de dos días orientados a la práctica. Es el entrenamiento que damos a los traductores *freelance* que ingresan a la compañía.

¿Qué herramientas tecnológicas debe dominar el traductor hoy en día?

Se han simplificado: se limitan principalmente a la computadora. Es indispensable contar con una PC y conexión a Internet. Con eso tienes casi el 90% de lo que se necesita. Luego, herramientas digitales como CD con diccionarios especializados, etc. Gran parte de las herramientas especializadas se consiguen en Internet.

Aparte, en el caso de la traducción audiovisual, un software para hacer el

trabajo en sí, para subtítulaje, temporización, etc.

¿Qué adiestramiento requiere el software que se utiliza en la traducción audiovisual?

Nosotros ofrecemos seis horas de adiestramiento divididas en dos sesiones: enseñamos el proceso de traducción de subtítulos, cómo se realiza la temporización y cómo funciona el software. Se trata de sesiones prácticas. Con eso esperamos que el traductor tenga las herramientas para comenzar a trabajar.

Calculamos que, luego de ese adiestramiento, el traductor necesita unas dos semanas de práctica para estar en condiciones de entender la dinámica del trabajo y el uso del software.

¿Cómo adquirir esos conocimientos?

En la UCV se consiguen muy buenas condiciones tecnológicas. La Escuela de Idiomas Modernos cuenta con el laboratorio de computación, que dispone de 25 computadoras y proyectores.

¿Es necesario que los traductores compren la licencia del software que se utiliza en tu empresa?

No es necesario que compren la licencia: nosotros la manejamos en la compañía. Esta consideración se toma sobre todo con el estudiante o el recién egresado, para que no haga este gasto. Sin embargo, es recomendable hacer esta inversión, sobre todo aquellos traductores que están decididos a trabajar en este campo.

¿Vale la pena para un traductor con experiencia integrarse al actual boom de la traducción audiovisual?

Uno tiende a especializarse al finalizar la carrera: hay traductores que se

dedican a legal, medicina, petróleo o audiovisual. Luego es relativamente difícil cambiarse de campo. Quien lo hace, toma la decisión porque no ha logrado satisfacer sus expectativas. ¿Vale la pena? Depende de cómo estén las condiciones en su campo de trabajo. Cada área tiene ventajas y desventajas.

Hoy en día hay un boom en el mercado de la traducción audiovisual por las ventas de DVD. ¿Cuál es el futuro del mercado?

En Venezuela hubo un boom a finales de los años 80, cuando canales de televisión por cable como HBO, AE Mundo, The History Channel y Sony se establecieron en el país. Pero luego no llegaron otros canales; más bien se marcharon a otros países, donde tradicionalmente estaba la traducción audiovisual. Hoy en día la competencia con Argentina e incluso Colombia es fuerte, porque estos países ofrecen tarifas más económicas.

Hay factores en contra como la piratería: hay películas que pasan en el cine que las venden los piratas con traducciones de muy mala calidad.

Además, en Venezuela nos perjudica la situación de la moneda con respecto a otros países y la inflación.

Pese a las dificultades, no se puede negar que éste es un mercado grande. El volumen de trabajo es muy elevado y sin duda la traducción audiovisual tiene una gran repercusión social, puesto que llega a una gran cantidad de usuarios: a millones de personas.

Traductores con resistencia de piedra

Reseña publicada en El Universal
http://www.eud.com/2005/05/08/eco_art_eco1.shtml

LA EMPRESA DE TRADUCCIÓN: UNA ORGANIZACIÓN MUY SINGULAR

Pedro Luis Díez Orzas, fundador y presidente de Linguaserve, reflexiona sobre las peculiaridades que caracterizan a las compañías del sector

La empresa es, por su propia naturaleza, un factor de crecimiento y de progreso. Su vitalidad y su dinamismo configuran y posibilitan la prosperidad general en todos los órdenes. Es algo más que un elemento o un signo económico: es una institución que afecta con profunda incidencia a diversos planos del acontecer humano.

Partamos de un hecho que, aunque resulte obvio, no está de más subrayar: con independencia de cualquier otra consideración, una empresa de traducción es, antes que nada, una empresa. Por consiguiente, le son plenamente aplicables los principios empresariales que podríamos calificar como prototípicos: búsqueda de un mercado, estructuración para la optimización de los recursos productivos y maximización de los beneficios. En otras palabras, es una unidad económica de producción organizada bajo los principios de autonomía y lucro, que emplea armónicamente los factores de producción para la fabricación o intercambio de bienes económicos con destino a un mercado.

En el caso concreto de nuestra compañía, y creo que es algo común

a otras iniciativas de estas características, el punto de inicio fue la percepción de una necesidad social y la realización posterior de un estudio de mercado de tendencias de globalización y necesidades multilingües y tecnológicas, en el que se puso de relieve la escasez de empresas dedicadas específicamente a esta clase de servicios, así como las excelentes perspectivas del

"Una empresa de traducción es, antes que nada, una empresa. Por consiguiente, le son plenamente aplicables los principios empresariales que podríamos calificar como prototípicos".

mismo ante las necesidades crecientes que tenían las organizaciones (empresas, instituciones y asociaciones, principalmente) de abrirse al mundo exterior como consecuencia de fenómenos como la globalización o la internacionalización de las compañías. Es pocas palabras, la detección de un cambio de paradigma.

Vimos que sólo en España hay miles de empresas e instituciones que necesitan contar con un socio tecnológico en

el ámbito de la de traducción, localización y gestión de contenidos multilingües y que a ellas había que añadir las de otros mercados de áreas de nuestra influencia.

Asimismo, pudimos comprobar cómo el mercado tradicional (asimilado a

agencias de traducción) evolucionaba al de soluciones de internacionalización web basadas en plataformas de integración y gestores de contenido multilingüe, es decir, que se pasaba de la artesanía a la producción industrial y de la técnica a la tecnología.

Los problemas fueron bastante variados. Los destaco porque muy posiblemente sean comunes a cualquier otra empresa de estas características, con independencia de su lugar de origen: financiación en la fase de desarrollo de la empresa; formación del personal; e información sobre soluciones nuevas a problemas nuevos como los derivados de nociones como internacionalización y localización, que no resultan familiares a todo el mundo.

Hechas estas consideraciones referidas a nuestra empresa, creo que lo más interesante es profundizar en cuáles son algunas de las singularidades que tiene una empresa de traducción en contraste con las de otros sectores. Entre otras cosas, porque conocer bien dichas especificidades es el primer paso para crear y consolidar una estructura que permita afrontar más eficazmente los avatares del mercado. Centraremos este artículo en tres de ellas, sin que ello presuponga la inexistencia (ni mucho menos la infravaloración) de otras: búsqueda de la calidad, apuesta por la tecnología y formación de los recursos humanos.

La búsqueda de la calidad como objetivo estratégico prioritario

Es cierto que la apuesta por la calidad no resulta algo exclusivo del mercado de la traducción. Con mayor o menor

entusiasmo la totalidad de los sectores productivos se han visto obligados a cumplir con este objetivo, habitualmente impelidos por los clientes.

En el caso del mercado europeo de la traducción, la Norma Europea de Calidad para Servicios de Traducción (UNE-EN 15038:2006) marca un antes y un después debido a que define el proceso y los requisitos que constituyen la base esencial de la prestación de estos servicios.

Desde un punto de vista empresarial, es bastante relevante subrayar que la Norma UNE-EN 15038:2006 abarca no sólo el proceso mismo de traducción sino todos los pasos existentes en la prestación del servicio en cuestión: terminología (definición de términos empleados en la norma); requisitos básicos (infraestructura, gestión de la calidad del servicio, gestión de proyectos); relación entre cliente y proveedor del servicio (presupuestos, contratos, derechos y deberes, análisis de viabilidad); procedimientos en servicios de traducción (trabajo administrativo, técnico y lingüístico, proceso de traducción propiamente dicho, revisión, validación); servicios de valor añadido (localización, maquetación, gestión de memorias, creación de glosarios); y anexos sobre aspectos como finalidad informativa, no normativa con recomendaciones diversas sobre listas de comprobación, tareas adicionales, etcétera.

Esta constante búsqueda de la calidad es particularmente significativa para una empresa de traducción, ya que lo que nos está permitiendo es establecer un conjunto de procedimientos de trabajo que

mejoran la calidad operativa y permiten aumentar el grado de satisfacción de los clientes, tanto externos como internos. Su implantación hace posible alcanzar unos estándares de actuación y garantiza la eficacia y facilidad en la gestión y el mantenimiento de los servicios prestados. En este sentido, fomentar la «Cultura de la Calidad» en la empresa de traducción supone poner los mejores cimientos para competir en el mercado.

La apuesta por la tecnología

Tal y como indicábamos con anterioridad, es verdad que podemos encontrar la apuesta por la tecnología también en otros sectores productivos —el cambio de paradigma en este caso ha afectado a todas las facetas humanas—, pero mi experiencia profesional me permite asegurar que en nuestro sector adquiere una serie de peculiaridades que es preciso resaltar como se merecen.

Conviene subrayar que cuando aludimos a la tecnología la entendemos no como un valor absoluto *per se* sino como una herramienta estratégica para mejorar nuestra actividad profesional y satisfacer las necesidades del cliente, es decir, como un medio y no como un fin en sí mismo. La Ingeniería Lingüística y las Industrias de la Lengua están adquiriendo un enorme y creciente peso en la actual sociedad (por ejemplo, con la traducción automática, la traducción asistida, la síntesis de voz o el reconocimiento de

voz). Su papel es esencial pues permiten el desarrollo de otras actividades (incluyendo la gestión del conocimiento, la formación a través de Internet...) e impulsan la utilización de esas lenguas en la Sociedad de la Información, al tiempo que hacen posible la creación de una *Industria de la Lengua* para esos idiomas.

Por poner ejemplos específicos de áreas referidas al desarrollo de la terminología en la ingeniería lingüística, nos encontramos ante

posibilidades como gestión del conocimiento y sistemas expertos, gestión documental y de la información, procesamiento del lenguaje natural (analizadores sintácticos, semántica computacional y representación del conocimiento, etc.), *e-learning*, herramientas de escritura y publicaciones electrónicas. Todas ellas deben ser tenidas en cuenta por parte del empresario de la traducción.

En buena medida la apuesta que realiza la empresa de traducción por las nuevas tecnologías se concreta en un aspecto como es disponer de gestores *en línea* de contenidos multilingües que faciliten la realización de todo tipo de funciones, incluyendo listados de archivos enviados por proyecto, listados de proyectos, listados de documentación descarga o de referencia, funciones de búsqueda, funciones de visualización de

“La constante búsqueda de la calidad es particularmente significativa para una empresa de traducción, ya que nos permite establecer un conjunto de procedimientos de trabajo”.

paquetes zip de archivos... Todo ello con las máximas garantías de confidencialidad y seguridad y con un sistema amigable e intuitivo de utilizar por los usuarios, simplificando el proceso de consulta del estado de sus proyectos.

Desde este punto de vista no resulta osado afirmar que la innovación tecnológica garantiza un mejor servicio al cliente desde el momento en que permite que cada cliente pueda ver todos los proyectos multilingües históricos y en curso, seleccionar alguno de ellos o dar de alta uno nuevo; y que una vez seleccionado un proyecto también puede visualizar el estado de cada una de las fases que previamente haya establecido con su proveedor, accediendo directamente a la zona operativa de intercambio de contenidos, donde podrá llevar a cabo tareas como nuevos contenidos que necesite traducir o localizar, descargar los resultados traducidos, etc.

El valor de los recursos humanos

Y una tercera singularidad dentro del sector de la traducción es la referida a los recursos humanos. Disponer de los mejores profesionales es esencial a la hora de garantizar los servicios que habitualmente prestamos. Porque su labor no se limita a traducir los textos solicitados a un idioma, sino que implica aspectos estratégicos de primer nivel que pasan por el control en el que colabora un equipo técnico. Quizá sea ésa la gran diferencia que existe entre una empresa de traducción moderna y la tradicional *agencia* o el mejor de los *freelance*.



Cuando se habla de una compañía que cuenta con profesionales nativos que gestionan decenas de lenguas y que incluso tienen su ubicación física en distintos lugares de los cinco continentes, la labor de motivación, formación, sensibilización y coordinación es absolutamente fundamental.

Una mejor formación de los recursos permite utilizar la metodología y herramientas más adecuadas para la asistencia a las tareas humanas como son la gestión y la traducción asistida, que permite trabajar de forma distribuida con varios traductores, compartiendo diccionarios específicos del cliente, memorizando las traducciones para reutilizarlas en el futuro, con lo que se ahorran costos y se aumenta la coherencia y calidad, personalizando filtros de formatos, lo que asegura la integridad de datos para su reimportación o edición.

Todo el conjunto de singularidades que acabo ahora mismo de describir (calidad, tecnología y recursos humanos) nos conducen a un mismo camino: un mejor servicio al cliente final que sienta las bases para una estructura empresarial más poderosa capaz de aportar los siguientes valores añadidos:

- Control de costos económicos, canalizando los flujos de traducción e incluso automatizando parte de las tareas mecánicas del mismo proceso.
- Optimización del tiempo, puesto que se minimiza su pérdida en procesos de comunicación y

gestión, dedicando la mayor parte del plazo a la tarea de traducción.

- Aumento de la fiabilidad, dado que si se trata de un sistema experto y de procesos de gestión automáticos se reduce el factor de "error humano"

A modo de conclusión: traducir es un negocio rentable...

...siempre que haya una sólida estructura detrás

Nuestro sector tiene un futuro excelente. Más allá de ser una opinión personal es lo que subyace en los distintos informes que se vienen publicando durante estos últimos meses. Common Sense Advisory estima que el volumen mundial de negocio para 2007 superó los 10.000 millones de dólares y que esta cifra aumentará hasta más de 12.600 millones en 2010, con ritmos de crecimiento muy por encima de la media económica internacional. Y estos datos son conservadores si se comparan con los ofrecidos por otros institutos de investigación.

Este nuevo entorno propiciará fenómenos como la intensificación de las alianzas estratégicas entre compañías (en muchos casos a partir de compras y absorciones), el desarrollo de nuevas herramientas que ayuden a los profesionales del sector en su actividad cotidiana y el fuerte crecimiento de este tipo de servicios entre las pequeñas y medianas empresas, cada vez más concienciadas de la importancia

estratégica que tienen dentro de su política corporativa.

Por consiguiente, una empresa de traducción es una iniciativa que, salvando el riesgo inherente a cualquier proyecto empresarial, tiene unas potenciales posibilidades de éxito bastante considerables. Pero ello pasa, de manera inexorable, por tener en cuenta las singularidades que acabamos de describir y, por supuesto, tomar las medidas necesarias para potenciar sus aspectos positivos y atenuar los negativos. Cuanto más alta sea la

barrera de entrada que se supere, más posibilidades de éxito habrá, es decir, cuanto más complejidad tecnológica se pueda manejar y más calidad se pueda ofrecer más lejos llegará la compañía.

La conclusión final podría ser la que nos indica que una adecuada gestión de estas peculiaridades es la mejor fórmula para alcanzar la satisfacción

total de los usuarios en forma de servicios especialmente adecuados a sus requerimientos. Sólo aquellas empresas que apuesten decididamente por ellos estarán en condiciones de afrontar con garantías el reto de la competitividad, reforzando sus niveles de productividad y rentabilidad.

Pedro L. Díez Orzas
Presidente Ejecutivo de Linguaserve
www.linguaserve.com

“Cuanta más complejidad tecnológica se pueda manejar y más calidad se pueda ofrecer más lejos llegará la compañía”.

ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UN EMPRENDIMIENTO

Eugenia Bahit, socia gerente de i-Solutions Group, explica, en forma sencilla y esquemática, cómo llevar a la práctica una iniciativa empresarial

Al iniciar un nuevo emprendimiento, todo puede parecer sencillo. Las partes organizativa y administrativa parecen algo obsoleto e innecesario; sin embargo, si pensamos a futuro, no habrá forma de lograr que nuestro emprendimiento dé verdaderos frutos si no se consideran políticas de administración y organización inteligentes.

En este artículo explicaré y propondré posibles soluciones destinadas a los profesionales independientes basadas en mi propia experiencia y, por qué negarlo, en los cursos que he tenido que hacer para resolver el gran vacío organizacional con el que me encontré en el mejor momento económico de aquel emprendimiento unilateral que, con el tiempo, se convirtió en una pequeña empresa.

1. ¿Cómo organizar nuestro emprendimiento?

La base de todo emprendimiento debe ser la organización. Esta tarea no es fácil y lleva tiempo, pero sin ella será imposible obtener resultados óptimos. El pilar de esta organización es la elaboración de un plan de negocios.

El plan de negocios está intrínsecamente relacionado con la anticipación de la toma de decisiones y la forma de llevar a cabo nuestro proyecto emprendedor. Básicamente consiste en fijar objetivos y establecer la forma de alcanzarlos.

Muchas veces, aunque creamos tener muy en claro qué es lo queremos y cómo lograrlo, ello no es suficiente si no documentamos (es decir, si no establecemos por escrito) aquello que tenemos en mente.

1.1.- Organización del plan de negocios

El objetivo del plan de negocios deberá ser establecer el camino más viable y la mejor forma de alcanzar nuestra meta. Su elaboración puede organizarse de la siguiente forma:

- ◆ Establecer un **nombre** que identifique el emprendimiento.
- ◆ Identificar el **mercado** en el que se va a competir.
- ◆ Definir el perfil de **consumidor** al cual se orienta (este ítem está intrínsecamente relacionado con el mercado en el que se va a competir).
- ◆ Determinar los **productos** o **servicios** que se ofrecerán.
- ◆ Analizar la **competencia** (se deberá establecer el grado de competencia y las ventajas competitivas que se pueden alcanzar).
- ◆ Analizar la **rentabilidad** estimada que puede alcanzarse. En este sentido, es necesario tener especial cuidado de no confundir "lo que quiero ganar" con "lo que realmente puedo ganar". En gran parte, ello dependerá mucho de la situación económica personal y del entorno económico del

mercado. No será lo mismo trabajar en Argentina que en España, así como no será lo mismo trabajar en Haití que en Francia. Por eso, al hacer un análisis de rentabilidad, quizás concluyamos que debemos seleccionar un nuevo mercado o, simplemente, tener bien en claro la diferencia entre “lo que quiero” y “lo que puedo” para no sentirnos desilusionados o frustrados en el futuro.

1.2.- Análisis de lo planificado

Una vez creado el plan de negocios, se deberá analizar globalmente dentro del contexto para determinar varios aspectos.

A) Aspectos personales

Este análisis nos permitirá **prever nuestra actitud y aptitud** frente a situaciones diversas. Básicamente, se refiere a la capacidad para:

- Afrontar el emprendimiento.
- Resolver situaciones difíciles y conflictivas.
- Tomar decisiones en situaciones extremas.

B) Aspectos comerciales

Consiste en analizar claramente cual será la rapidez con la que podrá expandirse nuestro emprendimiento y **prever la política comercial que adoptaremos** cuando algo no suceda como ha sido planeado. Para ello, será necesario establecer:

- Qué aspectos pueden no salir como los planeamos.
- Cuáles serán las posibles consecuencias.
- Qué medidas adoptaremos en caso de conflicto para solucionarlo.

C) Aspectos generales del contexto

Aquí deberán analizarse todos los aspectos que conforman el **entorno de trabajo**, como lo son:

Cuestiones legales

Es necesario estar cubiertos e informados en todos los aspectos legales: conocer cuáles son las leyes que competen a nuestra actividad y los derechos que defienden a nuestros consumidores. También es importante informarse acerca de los aspectos legales referidos al pago de impuestos: qué opciones se tienen y cuándo utilizarlas.

Situaciones políticas y económicas

No estar ajenos a la situación política y económica del lugar en el que trabajaremos nos permitirá evitar frustraciones, inversiones fallidas, sorpresivas quiebras, etc.

Aspectos culturales, demográficos y sociales

Nos permitirán conocer mejor a nuestros consumidores para emprender futuras campañas publicitarias que solo serán realmente efectivas si conocemos la forma de pensar, actuar, vestir, disfrutar, sufrir, etc. de cada uno de los usuarios que consumirá nuestra marca.

2. ¿Cómo administrar nuestro emprendimiento?

La administración del emprendimiento forma parte integral de la organización. Aunque al principio solo tengamos un cliente, tenemos que prever todo lo relacionado con la administración, lo cual nos ayudará a:

- realizar un seguimiento de cada cliente,

- responder rápidamente las consultas de los clientes,
- brindar soluciones inmediatas y eficientes ante reclamos, y
- llevar la contabilidad de nuestras ganancias brutas y netas así como evaluar los resultados de nuestras inversiones.

2.1.- Segmentación de los estratos administrativos

Así como las grandes empresas se encuentran segmentadas en "departamentos", nuestro emprendimiento, desde un punto de vista administrativo, deberá estar dividido en estratos. La mejor forma de administrar dichos estratos será guardar registro de las diferentes actividades, clientes, proveedores, ingresos y egresos de nuestro emprendimiento.

Una forma sencilla de hacerlo es mediante la utilización de bases de datos (mejor aún si se complementan con documentos impresos).

Entre los diferentes estratos, podremos encontrar los siguientes:

A) Clientes

Tener una base de datos de clientes es fundamental. En ella es imprescindible registrar:

- Datos de contacto: Nombre y apellido; teléfono particular, de la oficina y celular; número de fax; correo electrónico; y dirección.
- Datos comerciales: Razón social; teléfonos y números de fax; dirección; condición en cuanto al cobro de IVA y otros datos de facturación (éstos podrán variar ampliamente,

dependiendo de cada región geográfica).

- Historial de actividades comerciales del cliente relacionadas con nuestro emprendimiento: Aquí podrán plasmarse desde la fecha de los pedidos y las entregas así como observaciones adicionales sobre situaciones específicas que sirvan a futuro para afrontar sucesos de similar índole.

B) Proveedores

Tener siempre a mano los datos de nuestros proveedores nos facilitará las labores administrativas, tanto para no atrasarnos en los pagos como para efectuar consultas o reclamos.

La base de datos de proveedores puede organizarse de la siguiente manera:

- Datos de contacto: Nombre y apellido; número de celular, oficina y fax; correo electrónico; cargo que ocupa en la empresa.
- Datos comerciales: Razón social; actividad de la empresa (¿qué nos provee a nosotros?); teléfonos; números de fax; dirección; datos bancarios.
- Historial de actividades comerciales relacionadas con nuestro emprendimiento: Si bien son válidas las observaciones realizadas en el historial de clientes, no estará de más agregar datos referidos a consultas o reclamos que se hayan efectuado y las respuestas que se hayan recibido.

C) Cotizaciones y presupuestos

En el caso de los presupuestos, bastará con tener registro de los siguientes datos:

- Fecha de emisión y fecha de vencimiento.
- Número de presupuesto. Será fundamental numerar correlativamente los presupuestos. Aunque conozcamos muy bien a nuestro cliente, no se trata simplemente de "ponerle un número al cliente": Juan Pérez será siempre Juan Pérez, Juan, el Sr. Pérez o Pepe. Pero "Don Pepe" puede habernos pedido 10 presupuestos sobre trabajos similares y, para brindarle una mejor atención y rapidez en las respuestas, no será una mala idea solicitarle "como única identificación del presupuesto" un simple número.
- Asunto de la cotización. No hará falta toda la descripción que le hemos enviado. Solo bastará una simple frase que se identifique con uno de nuestros productos o servicios. Un ejemplo de ello, sería "diseño web p/venta de materiales eléctricos".
- Monto total cotizado (aunque en algunos casos puede ser opcional).
- Datos del cliente. En caso de que el solicitante del presupuesto ya sea nuestro cliente, referenciar los datos de contacto a la base de registros de clientes; en caso contrario, introducir un nuevo registro.

- Estado del presupuesto. Esto implica anotar si ha sido aprobado, si se encuentra vencido o pendiente, si ha sido revisado por el cliente, etc.

Luego habrá que almacenar en una carpeta de oficina o directorio de nuestra computadora personal todos los presupuestos enviados, los cuales deberán permitir visualizar a primera vista el número de presupuesto, nombre del cliente y asunto de la cotización.

D) Consultas

Aquí podrán almacenarse todas las consultas recibidas personalmente, por teléfono o por correo electrónico que nos realicen y el seguimiento de las mismas. Bastará con organizarlas de la siguiente forma:

- Fecha de la consulta.
- Datos del cliente (nombre y apellido y alguna forma de contacto).
- Tema de la consulta.
- Observaciones. Este espacio podrá utilizarse para anotar, por ejemplo, citas, reuniones, recordatorios de respuesta o simplemente cualquier comentario que el cliente haya hecho y creamos de interés dejarlo asentado.
- Seguimiento. El seguimiento de cada consulta deberá estar subdividido para permitirnos completar un historial con los diferentes contactos que hayamos tenido con el cliente producto de la misma consulta. Será suficiente indicar la fecha y la conclusión de la consulta, aunque si es necesario se

podrá reservar un espacio para efectuar observaciones.

E) Reclamos

Los reclamos podrán funcionar de la misma forma que las consultas, salvo que en los datos del usuario solo será necesario hacer referencia a la base de registros de clientes.

Los registros de consultas y reclamos deberán ser de utilidad para efectuar balances sobre la satisfacción de cada uno de nuestros clientes y las estadísticas globales. Podremos utilizar el análisis obtenido para emprender campañas publicitarias, realizar promociones, mejorar la calidad de un producto o servicio, etc.

F) Vencimientos

Inevitable será llevar los registros de los vencimientos que se aproximan. Ello incluye tanto las facturas por pagar como las facturas por cobrar. Entre los datos que no podrán faltar se encuentran: fecha de vencimiento, cliente o proveedor, concepto y monto.

G) Registro de ingresos y egresos: Libro diario

El registro de lo que ingresa y lo que egresa; en otras palabras, "lo que gano" y "lo que invierto".

No es difícil llevar el control de las entradas y salidas de dinero. Para un microemprendimiento no serán necesarios (por el momento) los contadores. Sin embargo, se deben crear "códigos" que permitan diferenciar de forma sencilla los conceptos de un ingreso o egreso sin necesidad de escribir muchos detalles.

Si he comprado para la oficina una resma de 500 hojas tamaño carta, 10

marcadores azules y un cartucho de tinta de color para la impresora, podrá ser suficiente colocar la frase "suministros de oficina". Siempre tendrá la factura a mano para conocer los detalles de la compra o de la venta.

Un ejemplo de libro de caja diario puede ser el siguiente:

Fecha	Comprobante	Concepto	Debe	Haber
02/03/2007	F."A" N° 1025	Suministros de oficina		135,00
02/03/2007	F. "C" N° 130	Adelanto 30% P. N° 324	650,00	

La forma de comprender el libro es sencilla:

Fecha: la fecha en la que se produjo el ingreso o egreso.

Comprobante: el número de factura, recibo, nota de crédito o débito, etc. que identifique el documento en el cual se pueden consultar los detalles. Por ejemplo, F. "A" N° 1025 hace referencia a una Factura tipo "A" cuyo número es el 1025 que se debe buscar en la carpeta de "gastos" > "librería" o "suministros de oficina", etc.

Concepto: el código interno que permite identificar a simple vista si se trató de un ingreso o un egreso.

Debe: el monto de cualquier ingreso.

Haber: el monto de cualquier egreso.

2.2) Aceleración de los procesos o tareas administrativas

La mejor forma de hacer que todo sea rápido y eficaz es automatizar al máximo posible todos los procesos

administrativos. Tenemos la posibilidad de contar con diversos programas de administración (algunos pocos gratuitos y no muy satisfactorios; otros con determinado costo que no siempre responden 100% a nuestras necesidades) diseñados especialmente para automatizar estos procesos. Otra alternativa, si está a nuestro alcance, consiste en programarnos uno a la medida de nuestros requerimientos.

Entre los procesos de automatización de tareas administrativas podemos encontrar los siguientes:

A) Modelo de documentos

Será fundamental tener siempre listos modelos de los documentos que se utilizan periódicamente. Esto nos permitirá ofrecerles a nuestros clientes una mejor impresión, ya que percibirán de forma inmediata que nuestro emprendimiento está bien organizado.

Entre los modelos que nunca pueden faltar se destacan, entre otros:

- Presupuestos
- Hojas membretadas
- Avisos de vencimiento
- Anuncios y boletines de novedades

B) Respuestas a preguntas frecuentes

Crear una lista de preguntas o solicitudes de soporte técnico que suelen plantear nuestros clientes y redactar las respuestas de antemano aliviará en gran medida la tarea de atención al consumidor/cliente.

¿Cómo elaborarla? Si hemos creado los registros de consultas y reclamos (como se explicó en el punto 2.1,

literales "D" y "E") podremos extraer las preguntas de allí. Pero si aún no contamos con esos registros, un paso inicial y provisorio será colocarnos del lado del cliente e investigar las inquietudes que éste pueda plantearse.

Es necesario aclarar que mientras más información les brindemos a nuestros clientes en forma anticipada y accesible, menor será la cantidad de consultas que éstos nos hagan.

C) Lista de precios

Muchos pensarán que para la prestación de servicios no son necesarias las listas de precios. Sin embargo, ¿cuánto tiempo necesitamos para hacer los cálculos que se requieren al momento de cotizar cada proyecto solicitado?

Una forma de automatizar los procesos de cotización y elaboración de presupuestos es establecer por anticipado las horas de trabajo que se necesitarán para cada tipo de tarea estándar y el costo por hora.

Si nos dedicamos a diseñar sitios web, ¿cuántas horas invertimos en el diseño de una plantilla estándar? ¿Cuántas horas nos lleva maquetarla? ¿Cuánto pretendemos ganar por hora? ¿Cuánto cobra la competencia? ¿Se cubren nuestros gastos? Y como estas, miles de otras preguntas que nos ayudarán a automatizar los procesos de cotización creando listas de precios internas.

Eugenia Bahit
 Socia Gerente
 i-Solutions Group S.R.L.
 CMZK Grupo Informático
www.cmzk.com.ar

MEMOQ: UN NUEVO ENTORNO DE LOCALIZACIÓN



Una hora es más que suficiente para familiarizarse con esta herramienta de traducción, muy fácil de instalar y de usar

Durante la localización, el traductor transforma documentos disponibles en un idioma en documentos disponibles en otro idioma y debe tomar en cuenta las especificidades culturales de la cultura meta. Generalmente, dichos documentos son muy parecidos entre sí, y la mayoría estará relacionada con el área de la actividad a la que se dedica el cliente. El traductor profesional recibirá entonces de sus clientes documentos que son parecidos entre sí o tratan sobre el mismo tema, como por ejemplo textos relacionados con asuntos legales o manuales de usuario. Las semejanzas entre textos es una de las ventajas que mejor se puede aprovechar con un entorno de localización.

Los componentes más importantes de MemoQ son la memoria de traducción, el alineador de textos, la base de datos de términos y, obviamente, el procesador de palabras.

El procesador de palabras de MemoQ procesa automáticamente cualquier formato. El traductor procesa oración por oración y puede ir agregando cada oración traducida a su memoria de traducción.

La memoria de traducción guarda pares de oraciones. Mientras el traductor avanza en su labor, el entorno de localización busca en la memoria de traducción para ver si contiene alguna oración parecida a la que se está traduciendo y, si la encuentra, la

Cada día surgen más y mejores herramientas de traducción a menor costo. Sin embargo, una buena estrategia antes de invertir en una herramienta de traducción es trabajar con la versión de prueba por un tiempo para comprobar si efectivamente nos servirá para nuestro tipo y estilo de trabajo.

mostrará como opción de traducción y el programa codificará con un color la diferencia entre la oración actual y la que se encuentra guardada en la memoria.

Además de crear una memoria de traducción durante el proceso de traducción, MemoQ también permite reutilizar las traducciones anteriores. El módulo de alineación permite seleccionar un documento original y su traducción y trata de determinar, a través de medios estadísticos, las oraciones que se corresponden entre ambos documentos. Este trabajo de alineación automática de pares de oraciones es bastante preciso. Además, la herramienta cuenta con una interfaz para corregir los errores cometidos por el algoritmo de correspondencia automática. MemoQ recuerda no solo el texto, sino también el contexto: indica si la misma oración aparece en el mismo contexto (oraciones anterior y posterior idénticas). Esta función ahorra el trabajo de revisar todo el texto. Esto significa

que las traducciones realizadas antes de haber instalado este entorno de localización se pueden aprovechar para alimentar la memoria de traducción.

Cuando se utiliza una memoria de traducción, el tamaño del segmento realmente cuenta. Si se quiere elaborar un glosario de ciertas expresiones y sus traducciones, se puede usar la base de datos de términos. Los términos son expresiones en varios idiomas con la opción de complementarlos con datos adicionales. El procesador de palabras mostrará de inmediato las traducciones de los términos que aparecen en el texto; el traductor solo debe insertarlos.

Aparte de los módulos descritos, MemoQ cuenta con el módulo de estadísticas. Este permite estimar con exactitud la cantidad de trabajo que requerirá un proyecto de traducción. El concepto principal detrás de un entorno de localización es el de la productividad,

es decir, éste debe permitir realizar el mismo trabajo en menos tiempo del que llevaría hacerlo sin el entorno. Esta es la función del módulo de estadísticas: analizar el texto para que el traductor sepa exactamente antes de iniciar la traducción que tiempo se ahorrará si utiliza MemoQ.

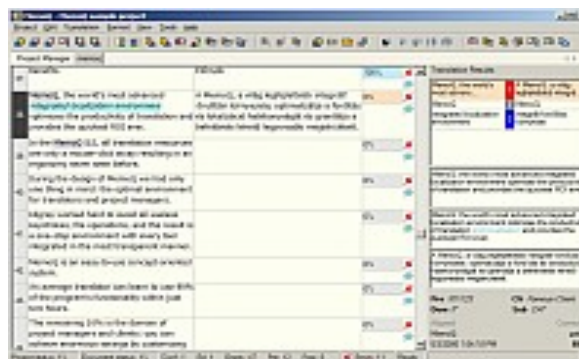
En el sitio web de la empresa Kilgray Kft (<http://www.kilgray.com>), pueden obtener, mediante el envío de una postal vía correo aéreo, una licencia sin fecha de vencimiento de la versión MemoQ 2.0 gratuita (una aplicación completa con todas las funciones, pero que no incluye las últimas innovaciones) o una copia de la última versión de demostración gratuita válida por 90 días.

Otilia Acosta

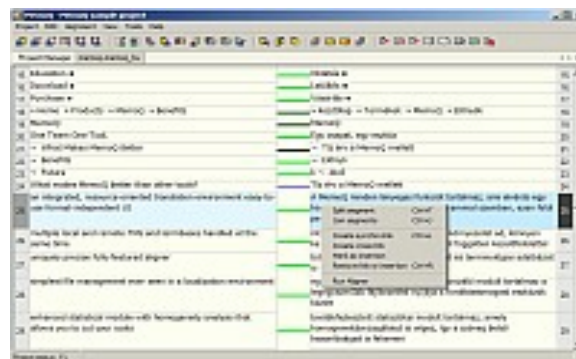
Traductora inglés > español

otilia.acosta@aotilia.com.ve

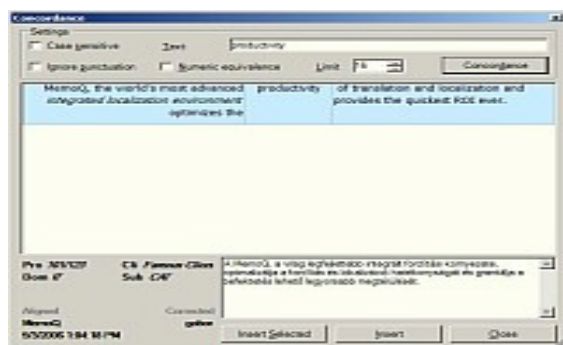
<http://www.aotilia.com.ve>



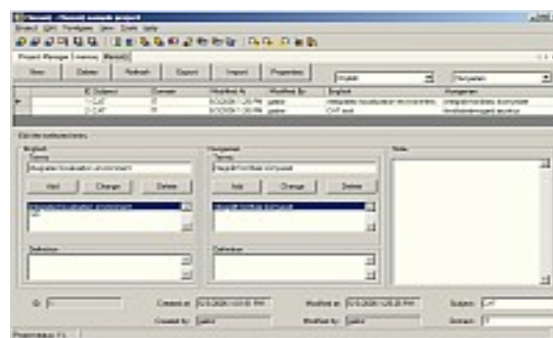
Entorno de traducción



Alineación



Concordancia



Editor base de datos terminológica

ESCRITORES TRADUCIDOS

Traductores que estuvieron en contacto directo con los autores de sus encargos de traducción narraron sus experiencias en uno de los foros celebrados en el marco de la V Semana del Traductor de la UCV

El título elegido para esta reseña se corresponde con el de uno de los foros celebrados en el marco de la V Semana del Traductor y del Intérprete, celebrada en honor a Daniel Morais, fundador del Departamento de Portugués de la Escuela de Idiomas Modernos de la Universidad Central de Venezuela.

Estas jornadas, organizadas por la Unidad de Extensión de la mencionada escuela, se han convertido en un punto de encuentro de profesionales, estudiantes e invitados internacionales para compartir e intercambiar experiencias y conocimientos en un ambiente de cooperación y apertura, un espacio para estrechar vínculos y abrir nuevos horizontes y perspectivas. Mis felicitaciones a la Unidad de Extensión por su labor tan loable a favor del mejoramiento y reconocimiento de nuestro quehacer diario.

En este foro se trató sobre experiencias reales con encargos de traducción narradas por sus propios protagonistas. En el foro participaron el Prof. Reygar Bernal como moderador y Ainoa Larrauri, Alegna Zavati, Galina Duobrovskaja, Patricia Torres y Rebeca Blackwel como foristas.

Cada forista narró su experiencia al traducir autores con los cuales mantuvieron una relación directa y cada experiencia narrada reveló verdades incuestionables en el ejercicio práctico y real de la traducción.

Todos los foristas coincidieron en que se deben conocer a fondo las especificaciones del encargo de traducción. Además es importante y nutritivo tanto para el traductor como para el autor la participación conjunta en el proceso de la traducción, porque el traductor logra profundizar, conocer y entender mejor el texto y el autor logra descubrir la belleza o las imperfecciones de su obra original. En este proceso se puede recrear y mejorar la obra con la aprobación del autor, lo que no es exactamente cómo sucede en la mayoría de los casos.

También se habló sobre los errores culturales en los que puede incurrir un traductor experimentado cuando se deja llevar por las palabras y no busca los referentes culturales

como debería. Un caso trágico para el traductor y cómico para los que escuchábamos fue el de un traductor profesional que al traducir del ruso al español la palabra "león" que en ruso tiene dos palabras diferentes, una para designar al animal y otra para el nombre propio, pensó que era el nombre propio y así lo tradujo; tiempo después, de viaje por Francia, se dio cuenta de **que ese león no hacía referencia a una persona**, sino a la estatua de un león. Resaltó este error sólo para alertar a la audiencia sobre los errores en los que puede incurrir un traductor cuando no agota las fuentes de búsqueda y se conforma con el diccionario o con lo que cree que puede significar un término, sobre todo



en el caso de un término tan aparentemente sencillo como “león”.

Otro punto importante que se mencionó en el foro fue el papel del traductor como defensor de sus elecciones de traducción frente al autor. A veces sus argumentos son convincentes y son aceptados, pero no siempre lo logra. En todo caso, el traductor tiene el deber de justificar y explicar por qué decide traducir en la forma en que lo hace, sobre todo si tiene la posibilidad de tener un contacto directo con el autor de la obra que traduce.

El escuchar las experiencias de otros traductores nos enriquece, especialmente, porque permite que nos demos cuenta de que cada experiencia es distinta y que en traducción cualquier encargo requiere preparación, investigación y trabajo arduo. No existe traducción, por sencilla que parezca ser, que no exija del traductor todo su empeño, su dedicación y su disposición a explorar mundos nuevos y desconocidos.

Otilia Acosta

<http://www.aotilia.com.ve>

¿CUÁNTO SE APRENDE EN UN DÍA?

Un taller de informática me enseñó a plantarme (o sentarme) frente a la PC con una actitud diferente... y no por cuestiones de ergonomía

Todos los que asistimos al taller que dictó Xosé Castro sobre informática productiva para traductores seguramente coincidimos en algo: hubo mucha información. Montones y montones de explicaciones, recomendaciones, datos y estrategias sobre cómo trabajar mejor con Windows, Word, Internet, el teclado, etc.

Sin embargo, lo que más me impactó del taller ha sido cómo ha cambiado mi actitud frente a la PC. El taller me dio otra visión sobre mi papel como usuaria de una computadora.

Cayeron un montón de mitos. ¿En serio hay PC sin antivirus? ¿Puedo borrar el archivo de autocorrección de Word y Microsoft, desde el Olimpo, no me castigará con su maligna ventana azul? ¿No debe darme pena no estar a la última en informática, reconocer que no tengo Word 2007 ni la millonésima

versión de Trados SDL?

Lamentablemente, no he podido leer las notas que tomé en el taller (y probablemente ahora, si lo hago, no entenderé mi letra), pero Xosé fue tan ameno, sencillo y expresivo en su presentación que si me topo con algo que expuso en el taller, lo recuerdo (es por “tradición oral” ancestral, como lo llamaba un amigo): si encuentro alguna dificultad, me digo: “¡Ah, pero si en el taller Xosé dijo que esto se podía hacer! ¿Cómo era? Ya va, déjame intentarlo, porque también dijo que debía cambiar de actitud. Al menos, debo intentarlo”.

Le he perdido el miedo a la PC. Si intenta asustarme con uno de sus mensajes ilegibles, le respondo: “Yo tengo el poder”. Gracias, Xosé.

Patricia Torres

Traductora, intérprete público

pattytowers@yahoo.com

En el Boletín de Conalti No. 38 se publicó un artículo de Xosé Castro titulado “El ratón... amigo, pero del queso”. Además, en la página web <http://www.translationdirector.com/article369.htm> hay un excelente artículo sobre combinaciones de teclas y “atajos” de Windows para los que tienen su programa en inglés.

¡Bravo, colegas!

En este número dedicado a los empresarios traductores, tenemos que mencionar un acontecimiento inédito en la historia de la traducción e interpretación en Venezuela.

Nos referimos a la entrega de la primera edición del premio a la **Excelencia Profesional en traducción y otras áreas Embajador Armando Molina Landaeta**, que hizo posible que casi un centenar de traductores e intérpretes del país se reunieran bajo un mismo techo.

En el acto protocolar, y gracias a la iniciativa de Luilla Molina Lazo y Miguel Ángel Díaz Urbano, directivos de SP Traductores e Intérpretes Públicos, se hizo entrega del premio a cuatro profesionales, siendo los dos del área de traducción, Conchita Delgado y Robert Green, y dos de otras áreas, el doctor en derecho William Williams y el locutor Herman Etedgui Landaeta.

Seguidamente, ante el aplauso entusiasta de sus colegas, se les entregó a 28 de nuestros compañeros diplomas de reconocimiento por su trabajo de años en menciones como ética y compromiso profesional.

El galardón a la Excelencia Profesional consiste en la escultura *Torre de Babel*, especialmente diseñada como símbolo de la profesión por la artista plástica Arq. Thaís Torrealba. Este se otorgará cada cuatro años, a manera de un estímulo público para el mejoramiento continuo y la búsqueda de la excelencia en nuestra área de trabajo.

El nombre del premio rinde tributo a la memoria del Embajador Molina Landaeta, abogado, diplomático venezolano con una trayectoria ejemplarizante de más de 30 años, especialmente en la delegación de nuestro país en las Naciones Unidas y en Alemania.



Miguel Ángel Díaz Urbano y la traductora Conchita Delgado Rivas al recibir el premio de Excelencia Profesional

En su discurso de apertura del evento, Luilla Molina resaltó el valor de la labor del profesional de la traducción, su búsqueda del mejoramiento y su afinidad con el concepto del buen ciudadano en el que el correcto desempeño en sus funciones como profesional contribuye con el desarrollo del país.

Mencionó a varios profesionales destacados pero ausentes, por cuyas memorias se guardó un minuto de silencio, tales como Tina Schipper, Ada Witve, Deward Bond, Sergey Nalobin, Hans Reimelt, Ismael Silva y Jorge Gaspar.

Molina también agradeció la ética y compromiso de los profesionales que día a día contribuyen con el éxito y reputación de su empresa. La premiación concluyó con un brindis, acompañado de una exquisita música de violín, que creó el ambiente propicio para celebrar y compartir entre colegas y amigos.

Además del premio a la Excelencia Profesional, se entregaron merecidos reconocimientos a los siguientes traductores: por ética profesional, a Alexandra Alviarez, Argelia Guédez, Beatriz Sampietro, Nekane de Lens y Rosanna Andreoli; por compromiso profesional, a Ahmad Mustafa Taha, Alix Hernández, Daniela Thonon,

Fausto Anzaldúa, Gil Lahout, Irene Kusatko, Lin Son Strefezza, María Calvani, Miriam Chiarelli y Úrsula Hagemann; por tecnología aplicada a la traducción, a Betsabé Sorondo; por apoyo profesional, a Flor Bolle, Giovanni Vivio, Halina Zubr, Hana Stalik, Magdalena Negrón, María Alejandra Parejo, María Anaida Ramírez, Mariana Galdo de Ramos,

Maryflor Suárez, Mercedes Liscano, Michèle Carballo y Simy Benahim.

Felicitaciones a todos por tan merecido reconocimiento y muy especialmente a nuestros miembros: Conchita Delgado, Alexandra Alviarez, Rosanna Andreoli, Daniela Thonon, Irene Kusatko, María Alejandra Parejo y María Anaida Ramírez.

PREMIO PANHISPÁNICO DE TRADUCCIÓN

Se acerca la fecha de cierre de la convocatoria para participar en la tercera edición del Premio Panhispánico de Traducción Especializada.

Según se indica en la página web del premio, que se puede consultar en <http://dttil.unilat.org/panhispanico/index.htm>, los principales objetivos del premio son la valorización de la profesión del traductor de textos especializados y la promoción de la lengua española como idioma de comunicación científica, técnica y profesional.

Hubo ciertos cambios a las bases del concurso, pues ahora pueden participar las obras publicadas en formato digital y se les brinda apoyo promocional a las editoriales de las obras premiadas. Además, se crearon diversas células nacionales en América Latina



para el envío de las obras candidatas con el fin de facilitar la participación de más traductores.

Asimismo, se anunció la creación de una base de datos de traductores y científicos interesados en colaborar como evaluadores de las candidaturas. Quienes estén interesados en formar parte de la mencionada base de datos de evaluadores, deben llenar la ficha de evaluador que encuentra en la página web del Premio (http://dttil.unilat.org/panhispanico/edicion_3/evaluadores.htm).

Conalti, que se encuentra entre las instituciones promotoras del premio, invita a todos sus miembros a visitar la página web del premio. Quien desee solicitar información puede escribir a dttil@unilat.org.

La biblioteca del traductor

Otilia Acosta

The Translator's Handbook

Morry Soler. (2006). 6ª edición revisada, Schreiber Publishing, Inc.

Se trata de una excelente herramienta para traductores profesionales, muy utilizada en universidades y programas de capacitación de traductores. Este libro, escrito por un traductor con amplia experiencia, procura brindar a los traductores profesionales conocimientos prácticos sobre un mercado tan cambiante como el de la traducción. En este libro hay valiosa información sobre:

Técnicas de traducción

El ejercicio de la profesión como independiente

Carreras en traducción

El uso de los medios electrónicos en traducción

Referencias a diccionarios en 39 idiomas

Formación de traductores en los Estados Unidos

Bibliografía para traductores

Terminología

Los diez requisitos que deben cumplir los traductores profesionales

Las diez concepciones erradas sobre la traducción y los traductores

El traductor integral

Buenos y malos hábitos de traducción

La auto-evaluación del traductor (con niveles de destrezas del traductor)

<<http://www.amazon.com/Translators-Handbook-Morry-Sofer/dp/188756375X>>

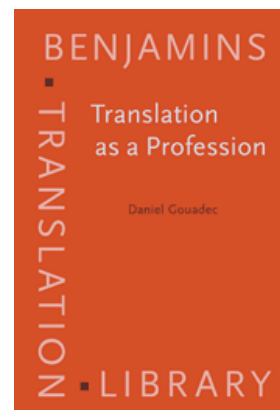


Translation as a Profession

Gouadec, Daniel (2007). Benjamins Translation Library 73, 396 pp.

Este autor hace un análisis exhaustivo de la profesión de traductor y de la industria de la traducción. El libro comienza con una presentación de los distintos tipos de traducciones y del proceso de traducción-localización. La segunda parte trata sobre la profesión de traductor y los mercados de traducción. El capítulo tercero abarca el proceso de convertirse en traductor, desde el momento en que se descubre que se tienen las cualidades necesarias hasta el momento en que se encuentra trabajo (el autor subraya que para encontrar y conservar a los clientes hay que evitar ciertos errores). El cuarto capítulo trata sobre temas fundamentales para el ejercicio profesional, como costos, tarifas, plazos de entrega, momento indicado para promocionar los servicios, productividad, ética, normas, calificación, certificación y reconocimiento profesional. La quinta parte señala los cambios constantes en la profesión y la industria debido al avance de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y el impacto de la industrialización, internacionalización y globalización. El libro finaliza con los aspectos fundamentales de la formación de traductores. El libro además incluye un glosario y una lista de sitios web interesantes.

<http://www.benjamins.com/cgi-bin/t_bookview.cgi?bookid=BTL%2073>



ORGANIZACIÓN MEXICANA DE TRADUCTORES



La OMT (Organización Mexicana de Traductores) es una asociación civil constituida en 1992 con el fin de

promover y apoyar la profesión de los traductores e intérpretes. Su sede se encuentra actualmente en el Capítulo Occidente en Guadalajara, Jalisco, foro idóneo para traductores e intérpretes de México pues en su seno se imparten cursos y talleres de actualización, se intercambian opiniones y se proponen soluciones a la problemática profesional. Como miembro regular de la Federación Internacional de Traductores (FIT), del Centro Regional América Latina (CRAL) y del Centro Regional Norte América (CRNA), la OMT goza de reconocimiento y presencia internacional.

Para pertenecer a esta organización es indispensable ser profesional de traducción o interpretación (no hay indicaciones sobre la nacionalidad). El costo de la membresía anual para miembros nuevos se ubicó en 1.100 pesos mexicanos (US\$100) en el 2007.

Al ser miembro de la OMT se obtienen los siguientes beneficios:

1. Aparecer en el directorio de miembros de la página web.
2. En muchos estados como Jalisco, es requisito del Consejo de la Judicatura del Estado que los peritos estén afiliados a una asociación o colegiado profesional. Si se aspira a ser autorizado como perito traductor, la afiliación a la organización puede ser un elemento a considerar a la hora de decidir a quién se nombra como perito.

3. Obtener descuentos especiales en cursos y congresos que realice la organización, como lo es el Congreso Internacional de Traducción e Interpretación "San Jerónimo" que cada año organiza la asociación.

4. Obtener la Credencial Internacional de Identificación de la FIT. Esto ofrecerá la oportunidad de obtener descuentos especiales en eventos organizados por cualquier otra asociación de traductores e intérpretes afiliada a la FIT, además de brindar un reconocimiento profesional y social.

5. Si ya se es miembro certificado de la American Translators Association (ATA), los cursos, talleres y eventos de capacitación que ofrezca la OMT podrán ser reconocidos como puntos del programa de educación continua implementado por la ATA.

6. Recibir información de interés como avisos sobre congresos, cursos, etc. organizados en otras ciudades o países.

Para mayor información, se puede contactar directamente a la OMT:

Organización Mexicana de Traductores
Capítulo Occidente Av. Vallarta 1525 –
304 Col. Americana Guadalajara,
Jalisco

Tel: 33-3124-0236 Fax: 33-3124-0237
occidente1@omt.org.mx

www.omt.org.mx

María Alejandra Valero

*Traductora independiente e
investigadora en Historia de la
Traducción en América Latina.*

marialejandravalero@gmail.com

Información tomada del sitio web
www.omt.org.mx

CONALTI AL DÍA

- ◆ La organización del XVIII Congreso Internacional de la FIT, que se realizará en China entre el 4 y el 7 de agosto, avanza a toda marcha. Más información en <http://www.fit2008.org/>.
- ◆ En el apartado de correos recibimos *Babel*, publicación trimestral de la Federación Internacional de Traductores (<http://www.fit-ift.org/en/journal-e.php>) y el *ITI Bulletin*, la revista bimensual del Institute of Translation & Interpreting (<http://www.iti.org.uk/pages/ITIBulletin/itiBull.asp>). Si deseas más información sobre los contenidos de estas publicaciones, envía un mensaje a nuestra lista de correos.
- ◆ Conalti ya tiene un álbum de fotos en la web. Actualmente se pueden ver las imágenes de la celebración por el Día del Traductor y del taller de Informática para Traductores que dictó Xosé Castro. Para ver las fotos, basta escribir a boletinconalti@gmail.com; con gusto se enviará una invitación.
- ◆ La cuota correspondiente al 2008 es de Bs.F. 150. Los miembros que paguen antes del 31 de marzo obtendrán un 20% de descuento.

Puedes hacernos llegar tus comentarios, artículos y todo aquello que consideres de interés para tus colegas al Apartado Postal 52108, Sabana Grande 1050, Caracas, A.C. Conalti o al correo electrónico boletinconalti@gmail.com

Éste es un boletín informativo que se envía gratuitamente a los miembros de la A.C. Conalti, así como a asociaciones miembros de la FIT de acuerdo con un programa de intercambio de publicaciones e información. Si deseas suscribirte a este boletín, comunícate con nosotros a la siguiente dirección: boletinconalti@gmail.com

Se prohíbe la reproducción o copia de la totalidad o cualquiera de las partes de este boletín sin el consentimiento previo y por escrito del editor.

Las opiniones emitidas en los artículos de este boletín son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Visítanos en www.conalti.org.

Encuesta

Preguntamos a nuestros miembros si facturaban en palabras o cuartillas. 65% de los que respondieron indicaron que facturan en palabras; 22% señaló que en palabras, pero a veces en cuartillas o páginas y 13% indicó que en cuartillas o páginas. He aquí algunos de los comentarios:

"(En palabras)... es más fácil de entender para los clientes".

"En contadísimas ocasiones uso tarifas por página; si lo hago, doy el equivalente en palabras para ir educando al cliente".

"Si es una traducción legal, por página; las demás, por cuartilla"

"Por palabra fuente si me envían el trabajo en archivo electrónico; por palabra término si me lo envían en físico".

"Si es PowerPoint (que no tiene herramienta de conteo de palabras), he cotizado por cuadro para no perder tiempo... Saco la cuenta al ojómetro del promedio de palabras por cuadro".

