

MESAS REDONDAS

Las empresas de traducción, especialmente en México

ANA DELGADO

Delgado y Ribenack, Traductores Asociados, S.C. (Ciudad de México)

Las empresas de traducción surgen como una respuesta a la demanda del público, de una variedad de amplios sectores, que busca cubrir sus necesidades de comunicación en otros idiomas en una forma centralizada, constante, controlada y competidora. En México, a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte, se ha observado un surgimiento muy elevado de empresas de traducción. En la actualidad, yo diría que este crecimiento es exponencial. Cada vez están surgiendo más empresas de traducción. Existen empresas de traducción de muchos tamaños y cuando hablo de tamaños me estoy refiriendo a su capacidad de producción, que no necesariamente concuerda con su número de empleados, como sería en otros sectores industriales.

Entre las empresas de traducción encontramos en México tres tipos, que clasifico con respecto a su estructura interna y a su organización administrativa y operativa. En México estamos realmente aprendiendo cómo fundar una o cómo se organiza una empresa de traducción. En su mayoría han sido fundadas por traductores que no tienen experiencia en el área administrativa, por lo que a veces resulta un poco caótico en ese aspecto, en el área administrativa. Pero dentro de esto podemos dilucidar tres tipos de empresas.

Las primeras son empresas legalmente constituidas como tales y tienen un personal dedicado al área administrativa y otro personal dedicado al área operativa. Es un personal que nosotros llamamos «de planta», personal fijo.

El segundo tipo serían empresas que en realidad no tienen un personal operativo (cuando me refiero a operativo me refiero al área de producción), sino que solo tienen personal administrativo y funcionan más bien como agentes de contratación, buscando traductores que hagan un trabajo específico y actuando de enlace entre un cliente final y el traductor.

Y tenemos el tercer tipo, que yo llamaría empresas híbridas, que toman estos dos esquemas: tienen personal interno que trabaja en el área

administrativa y personal interno que se dedica a la producción de traducción, es decir traductores, editores, revisores, diseñadores gráficos, etc., y también tienen una plantilla de colaboradores externos a los que acuden cuando el volumen de producción es muy elevado y no lo pueden cumplir con su base interna.

Ahora bien, hablando del área de competencia, una vez explicado lo que entendemos por empresas de traducción en México, cabe decir que la competencia es como en cualquier sector mercantil: la cara del cliente es la que nos dice todo y, sobre todo, el primer punto es el precio, pero no es el único ni el definitivo. Nosotros nos hemos dado cuenta durante nuestro desarrollo que, como en todos los ámbitos, la competencia es muy fructífera y nos da pie a ser inventivos, a crear nuevos servicios, a ofrecer nuevas cosas a los clientes, a ver que el mejor proveedor no es tan barato pero nos da un buen servicio. El área de la competencia es muy importante entre las agencias de traducción para elevar sus propios estándares de calidad y de servicio, y esa misma área de competencia da pie a que colaboremos en diferentes aspectos y uno de los más importantes que yo he visto es el aspecto de la educación del cliente.

Muchas veces los clientes no entienden en qué consiste un servicio de traducción, cómo se hace, cómo empieza, cómo termina, cuál es el proceso y, cuando uno da un precio, una cotización, les parece elevado porque piensan que nada más es pasar el texto por el procesador y el traductor se limita a transportar el texto y eso es todo; pero no, el proceso es muy largo y, cuando buscan otras cotizaciones con nuestros competidores, encontramos que estos tienen un sistema muy parecido: lo explican al cliente y entonces el cliente logra entender que efectivamente el proceso es el mismo en todas las empresas. Entonces me parece que el área de competencia da mucho pie a la colaboración. Otro aspecto del área de colaboración es la capacitación de nuestros traductores, revisores, etc.

Mientras nuestros traductores tengan un nivel de conocimientos actuales podemos competir con otras empresas y al mismo tiempo las demás empresas tratarán que sus traductores estén capacitados, que asistan a cursos, tengan lo último de la tecnología para poder dar un mejor servicio. Creo, pues, que la competencia y la colaboración van unidas de la mano.