

# El comercio internacional de la traducción en la Argentina

**María Verónica Paladini**

## **La Torre de Babel**

Tenía entonces toda la tierra una sola lengua y unas mismas palabras. Y aconteció que cuando salieron de Oriente, hallaron una llanura en la tierra de Sinar, y se establecieron allí.

Y se dijeron unos a otros: “Vamos, hagamos ladrillo y cozámoslo con fuego”. Y les sirvió el ladrillo en lugar de piedra y el asfalto en lugar de mezcla.

Y dijeron: “Vamos, edifiquémonos una ciudad y una torre cuya cúspide llegue al cielo, y hagámonos un nombre, por si fuéremos esparcidos sobre la faz de toda la tierra”.

Y descendió Jehová para ver la ciudad y la torre que edificaban los hijos de los hombres.

Y dijo Jehová: “He aquí el pueblo es uno y todos estos tienen un solo lenguaje; y han comenzado la obra y nada les hará desistir ahora de lo que han pensado hacer.

Ahora, pues, descendamos y confundamos allí su lengua, para que ninguno entienda el habla de su compañero”.

Así los esparció Jehová desde allí sobre la faz de toda la tierra, y dejaron de edificar la ciudad.

Por esto fue llamado el nombre de ella Babel, porque allí confundió Jehová el lenguaje de toda la tierra, y desde allí los esparció sobre la faz de toda la tierra.

La Biblia: Génesis cap.11, vers. 1 a 9

## **1. Introducción**

Este trabajo fue desarrollado para la cátedra de Economía Internacional de la carrera de Licenciatura en Economía de la Universidad del Centro Educativo Latinoamericano (UCEL) de Rosario, con el fin de demostrar cómo se aplicaron las teorías del comercio internacional en el mercado de la traducción a partir de la introducción de Internet y del correo electrónico en nuestro país. El trabajo original incluye una fundamentación teórica que, por ser específica para los expertos en economía internacional, ha sido eliminada a fin de adaptarlo al conocimiento e interés de los traductores.

El traductor es como un puente que conduce en dos direcciones. Al poner en contacto lenguas, culturas y civilizaciones, las interrelaciona y permite que se enriquezcan mutuamente.

No es de sorprender, entonces, que la traducción y el comercio internacional estén tan íntimamente ligados. El comercio internacional se nutre de los traductores y los traductores se nutren del comercio internacional.

Internet llegó a Argentina en 1995 y para 1996 ya operaban más de 90 Proveedores de Servicios de Internet (ISP), había alrededor de 80.000 usuarios y 300 empresas subidas a la Web. Los costos eran altos y la calidad del servicio, deficiente (poca velocidad y falta de disponibilidad del ancho de banda). En 1998, la aparición del 0610 favoreció la baja de tarifas, lo que a su vez promovió la expansión de la base de usuarios. Más tarde, con el servicio ADSL y el cable módem, el acceso a Internet adquirió velocidad y accesibilidad para mayor cantidad de usuarios.

A partir de 1997, varias empresas de traducción con sede central en Estados Unidos y Brasil comenzaron a contratar los servicios de traductores independientes argentinos a través del correo electrónico. Algunas empresas decidieron abrir sus propias filiales, otras adoptaron la forma de oficinas virtuales y, con el tiempo, muchos profesionales abrieron sus propias empresas de traducción locales. En sus inicios, la ciudad de Rosario fue el centro elegido: gran cantidad de traductores con un alto nivel de formación en el área técnico-científica que ya estaban organizados a través del Colegio de Traductores; bajos costos fijos durante la época de la convertibilidad; y honorarios profesionales más competitivos que los internacionales. A modo de ejemplo, podemos recordar que durante la convertibilidad, el arancel profesional que fijaba el Colegio de Traductores de la Provincia de Santa Fe (2da. Circ.) para las traducciones de carácter técnico era de 0,06 peso/dólar por palabra, mientras que el honorario profesional de un traductor en Estados Unidos rondaba entre los 0,18 y 0,24 dólares por palabra.

Hasta ese momento, la profesión se desarrollaba principalmente a través de traductores independientes que ofrecían sus servicios a clientes o empresas locales.

## **2. Comercio internacional: mercado interno y mercado externo**

Partimos de la premisa fundamental que el comercio internacional, aun cuando haya ganadores y perdedores, es beneficioso para los países participantes y para la producción mundial en su conjunto. Y de ello no tenemos ninguna duda los traductores argentinos; ninguno de nosotros querría volver a trabajar como lo hacíamos antes: sin Internet y sin correo electrónico.

El avance de las telecomunicaciones en nuestro país permitió el inicio del comercio internacional de los servicios de traducción. Se originan así dos tipos de mercados bien diferenciados: el mercado interno, regulado por los Colegios Profesionales y por la coyuntura económica nacional, y el mercado externo que responde a las teorías del comercio internacional, que han sido empíricamente confirmadas por más de doscientos años de crecimiento económico moderno y que se detallarán en este trabajo.

## 2. Bienes transables y no transables

Antes de explicar las Teorías del Comercio Internacional, es importante hacer una breve referencia a la distinción entre lo **transable** y lo **no transable**.

Los bienes no transables sólo pueden consumirse, por definición, dentro de la economía donde son producidos, es decir no se pueden importar ni exportar.

En principio hay dos factores que determinan la naturaleza transable o no transable de un bien o servicio:

**a) Los costos de transporte:** cuando los costos de transporte son mayores al beneficio de exportar el bien, simplemente no conviene exportarlo.

**b) Grado de proteccionismo comercial:** algunos bienes, aun siendo transables, no se pueden exportar por restricciones gubernamentales.

El sector **Servicios** ha sido tradicionalmente considerado como no transable. El corte de pelo es el ejemplo típico de bien no transable: aun cuando el corte de pelo esté más barato en Paraguay, no viajaré a Paraguay a cortarme el pelo.

Sin embargo, la categoría de transable y no transable no es inmutable. Los avances tecnológicos que reducen o eliminan los costos de transportes pueden transformar un bien no transable en transable. El corte de pelo sigue siendo un servicio no transable, pero los servicios informáticos, logísticos, de procesamiento de datos, de ingeniería, de software, de turismo, de atención telefónica al cliente, de salud, y los servicios de traducción, entre otros, pasaron a la categoría de transables a través de la “Revolución de Internet”, y ahora se pueden importar y exportar.

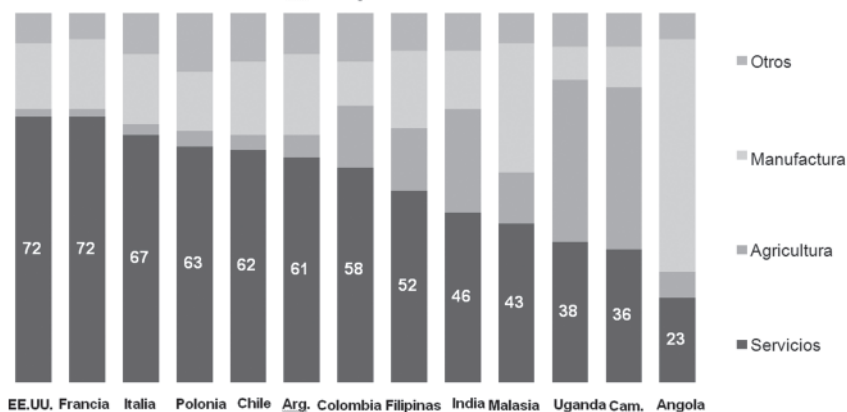
En Argentina, antes de la introducción de Internet, los servicios de traducción eran meramente no transables: la única forma viable para la contratación de un traductor desde el exterior era la movilidad del factor, es decir que el traductor se trasladara al lugar donde se requerían sus servicios, ya sea a través del pago de altos costos por viáticos o de un empleo en relación de dependencia con todas las complicaciones propias de la contratación de extranjeros.

La economía mundial está cambiando. En los últimos 15 años, a través de los avances tecnológicos y de las telecomunicaciones y de la liberalización del comercio de servicios, las exportaciones de servicios se han convertido en uno de los principales motores de progreso de los países desarrollados y en vía de desarrollo. En 2006, la presencia del sector de servicios como generador de empleo en el mundo superó por primera vez a la agricultura.

En Argentina, según los datos del sector Servicios de la Balanza de Pagos, en el rubro Servicios empresariales, profesionales y técnicos, este rubro experimentó un aumento de diciembre de 2002 a diciembre de 2009 de más del 1.600 por ciento, una cifra más que significativa si consideramos que históricamente su saldo había sido siempre negativo. Y dentro de este rubro, se incluyen nuestros servicios de traducción.

- Los Servicios son el mayor contribuyente al producto y al empleo en los países desarrollados.
- Aproximadamente dos tercios de la actividad económica mundial está constituida por actividades de Servicios.
- Se espera que para el año 2020 el comercio internacional de Servicios llegue al 50 por ciento del comercio mundial; en la actualidad es el 20 por ciento aproximadamente.
- El mercado de servicios es el soporte crítico del aparato productivo a nivel mundial.
- Existe una tendencia mundial de externalización de los servicios: las empresas que antes contaban con sus propios departamentos de traducción, ahora contratan estos servicios a través de las empresas.

En el Gráfico 1 podemos observar la participación del sector servicios en el PBI de algunos países seleccionados.



Fuente: OMC

### Gráfico 1: Participación de los servicios en el PIB de los países seleccionados

El sector de servicios lingüísticos también ha crecido considerablemente en los últimos años. El Cuadro 2 nos brinda un panorama del volumen de servicios lingüísticos a nivel mundial en 2008.

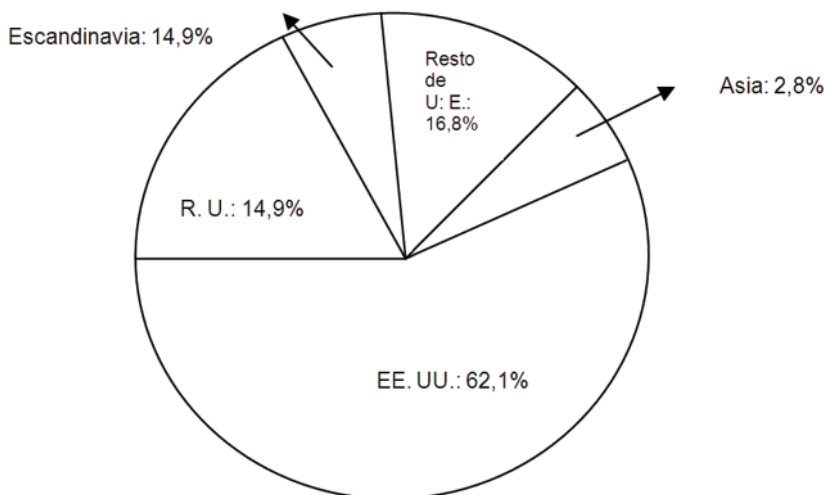
**Cuadro 2: Los 30 principales proveedores de servicios lingüísticos del mundo en 2008 (\*estimado)**

Posición	Empresa	País	en USD	Empleados	Oficinas	Tipo
1	Global Linguist Solutions, LLC*	EE. UU.	691.00	6500	6	Privada
2	Lionbridge Technologies	EE. UU.	461.00	4500	40	Pública
3	L-3 Communications (LOTS)	EE. UU.	434.59	1049	1	Pública
4	SDL International	R. U.	294.54	1981	55	Pública
5	Language Line Holdings	EE. UU.	212.64	4719	7	Privada
6	TransPerfect/Translations.com	EE. UU.	204.77	1115	56	Privada
7	STAR Group*	CHILE	164.83	910	42	Privada
8	SDI Media Group	EE. UU.	140.00	800	1	Privada
9	Purple Communications, Inc.	EE. UU.	130.08	577	5	Pública
10	Euroscript international S.A.	LUX.	129.03	1267	32	Privada
11	Xerox Global Services*	R. U.	113.74	506	9	Pública
12	RWS Holdings PLC	R. U.	106.76	451	12	Pública
13	CLS Communication	CHILE	57.62	360	14	Privada
14	Manpower Business Solutions	PAÍSES B.	55.91	150	7	Privada
15	Semantix A/B	SUDESTE	53.26	160	10	Privada
16	Logos Group	ITALIA	50.22	135	17	Privada
17	thebigword Group	R. U.	49.90	270	9	Privada
18	Welocalize, Inc.	EE. UU.	49.86	402	12	Privada
19	AAC Global Corporation	FINL.	48.99	304	14	Pública
20	Moravia Worldwide	REP. CH.	42.80	446	12	Privada
21	Honyaku Center Inc.	JAPÓN	42.68	193	7	Pública
22	Jonckers Translation & Engineering S.A.	BÉLGICA.	37.21	280	13	Privada
23	hiSoft Technology International Ltd.	CHINA	35.10	926	16	Privada
24	HP ACG	FRANCIA	30.06	150	9	Pública
25	Merrill-Brink International	EE. UU.	30.02	100	4	Privada
26	Crestec, Inc.	JAPÓN	28.56	511	22	Privada
27	CBG Konsult AB	SE	28.54	180	9	Privada
28	VistaTEC Ltd.	IRLANDA	27.23	102	5	Privada
29	Telelingua Group	BÉLGICA	21.98	135	5	Privada
30	SEPROTEC Translations	ESPAÑA	20.12	358	15	Privada

Fuente: empresas mencionadas y Common Sense Advisory, Inc.

El Gráfico 2 muestra su distribución por países.

**Gráfico 2: Distribución geográfica de los 30 principales proveedores de servicios lingüísticos según total de ingresos en USD**



**Cuadro 3: Ingresos proyectados por servicios lingüísticos para 2009-2013 en millones de dólares estadounidenses**

País	Participación en el mercado	2009 USD M	2010 USD M	2011 USD M	2012 USD M	2013 USD M
	43%	6.468	7.331	8.409	9.703	10.781
	40%	6.074	6.884	7.896	9.111	10.123
	12%	1.735	1.965	2.255	2.601	2.891
	5%	722	818	939	1.083	1.203
	100%	15.000	17.000	19.500	22.500	25.000

Fuente: Common Sense Advisory, Inc.

#### 4. La teoría de la ventaja absoluta

Adam Smith recalcó la importancia del libre comercio para incrementar la riqueza de todas las naciones comerciantes. Según Adam Smith, el comercio mutuamente beneficioso se basa en el principio de la **ventaja absoluta: ambos países se pueden beneficiar si cada uno se especializa en la producción de aquello que puede hacer más eficientemente que el otro**. Si un país extranjero puede suministrarnos un bien más barato de lo que nosotros mismos podemos hacerlo, será mejor comprarlo

con alguna parte del producto de nuestra propia industria, empleada en alguna forma en la cual nosotros tengamos ventaja absoluta. Este patrón de **especialización e intercambio internacional** (o **división internacional del trabajo**) es eficiente y produce a una mayor producción total. A través del correo electrónico, las empresas de traducción pudieron aprovechar la ventaja absoluta que tienen los traductores de todo el mundo en traducir más eficientemente a sus propias lenguas de origen. En esto radica la esencia de las ganancias del comercio: con una mayor producción de ambos bienes los dos países pueden disfrutar de mejores niveles de vida -y de mayor y mejor producción de servicios de traducción.

#### **4.1. Teoría objetiva del Valor Trabajo**

La teoría clásica del comercio internacional (ventaja absoluta y ventaja comparativa) se basa en la Teoría del Valor Trabajo: el valor de un bien o servicio depende directamente de la cantidad de trabajo que lleva incorporado.

Si bien esta teoría es una sobresimplificación objetiva y fue reemplazada más tarde por el concepto subjetivo de costo de oportunidad, en el caso de los traductores independientes, el valor del servicio que ofrecemos está dado mayormente por nuestro trabajo, además del tiempo y de la tecnología que utilizamos. ¿Pero cuánto vale nuestro trabajo? ¿Todos los trabajos tienen el mismo valor? El arancel no es lo único que cuenta. Hay otros factores que debemos tener en cuenta a la hora de valorar:

- Tipo de trabajo y modo de contratación
- Cupo diario
- Plazo de entrega
- Plazo de pago

#### **4.2. La Ley de División del Trabajo y la Ley de Asociación**

Otro patrón general del crecimiento económico es un aumento de la división del trabajo y la especialización. El incremento de la productividad, medida como producto por persona, depende de que la población aumente sus habilidades. Gran parte de ese mejoramiento, en opinión de Adam Smith, proviene de la capacidad cada vez mayor de los individuos para especializarse en un abanico relativamente estrecho de actividades económicas con lo que ganan destrezas específicas. Cada individuo se especializa en una actividad económica dada para luego intercambiar el producto de tal actividad por bienes producidos por otros miembros de la economía (y por miembros de economías de otras partes del mundo).



*La división del trabajo aumenta la productividad del hombre y logra niveles más altos de destreza o habilidad. Esto se debe a que la división del trabajo descompone los diversos procesos de producción en múltiples tareas, y la repetición constante de una misma actividad logra que la cantidad de producto con el mismo trabajo sea mayor y que aumente la destreza en el desempeño de la misma.* Ciertamente, este análisis de los economistas clásicos parece una verdadera profecía de lo que sería el trabajo coordinado de traductores y revisores y las herramientas de traducción asistida en nuestros tiempos. En el campo de la traducción, además de la importancia que siempre tuvo la especialización del traductor en áreas específicas de la ciencia y la tecnología, el libre comercio de los servicios de traducción permitió que traductores de todo el mundo pudieran traducir de la lengua de origen a sus lenguas maternas, logrando de este modo mayor eficiencia, rapidez y rentabilidad.

Por otro lado, el trabajo electrónico permite a costos relativamente bajos aunar los esfuerzos de una gran cantidad de traductores de diferentes partes del mundo quienes pueden traducir en poco tiempo proyectos de miles de palabras y a diferentes idiomas al mismo tiempo.

## 5. La teoría de la ventaja comparativa

La ley de ventaja comparativa tiene validez general y se puede aplicar a la división del trabajo entre individuos y muy específicamente al tema que nos ocupa. Así, un médico o un ingeniero que conocen el idioma podrán muy bien hacer la traducción de su trabajo de investigación o del manual del producto de su invención; sin embargo, es el traductor quien tiene la **ventaja comparativa** en la labor de traducir. “Zapatero a su zapato”, dice el dicho popular y es la lucha que cada institución de profesionales ha librado en diferentes momentos de la historia por la defensa de cada profesión y el reconocimiento social de sus profesionales asociados.

### 5.1. La ley subjetiva del costo de oportunidad

En la década de los años 30, Gottfried Haberler salió al rescate de la ley de la ventaja comparativa, reemplazando la teoría objetiva del valor trabajo con su teoría subjetiva del **costo de oportunidad**.

Cada uno de nosotros aplicamos a diario esta ley de manera intuitiva: la mejor oferta de trabajo no siempre es la más rentable económicamente, sino la que nos permite hacer el trabajo más eficientemente, es decir, no sólo de manera correcta sino también en el menor tiempo posible.

## 5.2. Frontera de posibilidades de producción

La frontera de posibilidades de producción (FPP) de un país muestra la cantidad máxima de combinaciones de bienes y servicios que puede generar la economía dados sus recursos o dotación de factores y su conocimiento técnico o tecnología. El concepto de FPP nos recuerda constantemente la **Ley de la Escasez**, es decir la demostración empírica de que ningún país ha sido capaz de **producir** fuera de su FPP. Sin embargo, la especialización internacional y el libre comercio sí pueden permitir a los países **consumir** fuera de sus FPP.

Antes de la introducción de Internet, cada país sólo podía **producir** servicios de traducción en función de la dotación de traductores locales; ahora, a través del comercio internacional, se puede **consumir** servicios de traducción en función de la dotación de traductores a nivel mundial.

## 6. La teoría de la empresa multinacional

### 6.1. ¿Por qué se produce un bien o servicio en dos o más países diferentes y no en uno?

Esto se conoce como la cuestión de la **localización**. La localización o regionalización consiste en tomar elementos internacionalizados y adaptarlos a una determinada región. La mayor parte de este trabajo reside en la traducción, pero existen otras tareas como los cambios de formatos de fechas, moneda, calendario y cualquier otro elemento susceptible de afectar al entendimiento de un usuario de un determinado lugar. Durante la localización, las referencias a la historia o cultura del país, en el que el texto se escribió originalmente, se remplazan por otras referencias a la historia o cultura del país en el que se desee distribuir el producto. La clave está en lograr que el concepto, el contexto, la carga emocional permanezca igual tanto si el programa lo adquiere un argentino como un mejicano o un español. En la actualidad, las empresas de traducción pueden contratar los servicios de traductores de todo el mundo para **localizar** los manuales técnicos, la interfaz del usuario de infinidad de software, las páginas web de empresas, instituciones y organismos a través de la traducción de la lengua de origen a todos los idiomas.

### 6.2. ¿Por qué la producción en diferentes localizaciones se realiza mediante la misma empresa y no por empresas separadas?

Esto se conoce como la cuestión de la **internacionalización**. La internacionalización es la serie de tareas que se deben llevar a cabo para que un

determinado elemento se pueda regionalizar. En el caso de los programas informáticos se debe retocar el código para que permita mostrar mensajes en varios idiomas, por ejemplo. También conlleva toda la serie de tareas sobre definición de estándares comunes, procedimiento de trabajo, etc. En el campo de la traducción, hay algunas empresas de traducción multinacionales con filiales en todo el mundo, incluso en Argentina. Sin embargo, en Argentina se ha dado más el caso de pequeñas empresas locales o traductores independientes que ofrecen los servicios de traducción a grandes empresas multinacionales con sede en diferentes partes del mundo. Esta segmentación en la tercerización también contribuye al constante deterioro de los aranceles profesionales. Es indudable que el arancel del traductor independiente no será el mismo si es contratado directamente por el cliente o por la sede central de una empresa de traducción que si es contratado a través de una empresa local que, a su vez, es contratada por otra empresa multinacional que es la que negocia directamente con el cliente final. Es por ello que la existencia de la empresa multinacional es objeto de una candente controversia: alabada por algunos por generar crecimiento; acusada por otros por generar pobreza.

## La teoría de la dotación de factores y la movilidad internacional del trabajo

### 7.1. La igualación de los precios de los factores

El libre comercio iguala las retribuciones a los factores (rentas reales) entre países y, de esta manera, sirve como sustituto de la movilidad externa de factores. Este teorema afirma que aun en la ausencia de migración de los trabajadores entre países, el libre comercio de bienes y servicios conduce a un estado de equilibrio internacional en el cual los trabajadores tienden a devengar la misma tasa real de salarios y el capital gana la misma tasa real de renta en los dos países.

El teletrabajo funciona como si los traductores de nuestro país se desplazaran al extranjero. Este movimiento reduce la fuerza de trabajo en nuestro país e **incrementa** el arancel real nacional, mientras que aumenta la fuerza de trabajo y **reduce** el arancel real en el extranjero. Este proceso continuará hasta que el producto marginal del trabajo sea el mismo en los dos países.

Esta redistribución de la fuerza de trabajo mundial conduce a la convergencia de los salarios reales. **Los aranceles reales aumentan en nuestro país y se reducen en el extranjero. Los traductores argentinos ganan más, los traductores extranjeros ganan menos, hasta que los aranceles de los traductores argentinos y extranjeros se igualen en el punto de arancel de equilibrio.** ¿Pero cuál es este arancel de equilibrio?

En 1998, la empresa de traducción Delta Translation International, con sede central en Houston, Texas, EE. UU. pagaba a sus traductores locales entre 0,18 y 0,24 dólares por palabra. La gerencia decidió abrir una Oficina Virtual en Rosario aprovechando la competitividad de los aranceles que fijaba el Colegio de Traductores de la Provincia de Santa Fe (2da. Circ.) que en ese momento eran de 0,06 pesos/dólares.

Esta ley establece que los aranceles de los traductores estadounidenses tenderán a la baja mientras que los aranceles de los traductores argentinos tenderán a aumentar hasta igualarse en algún punto entre 0,06 y 0,24. ¡Nunca en menos!

Los resultados preliminares sobre tarifas en las distintas combinaciones de idiomas para 2008 de Sindicato Nacional de Traductores Profesionales de Francia ([www.sft.fr](http://www.sft.fr)) arrojan el siguiente rango para las traducciones del inglés al español: entre 0,07 y 0,35 euro/palabra, con un promedio de 0,14 euro/palabra para precio directo y 0,12 euro/palabra para precio de empresa.

## **Los aranceles bajos responden a otros motivos.**

### **8. La teoría del innovador y de la empresa exitosa**

Esta teoría establece que todos tienden a imitar al que le va bien hasta el punto en que el mercado se satura. El auge de la traducción en Argentina produjo un gran desplazamiento de la curva de oferta, no sólo de traductores sino también de empresas de traducción.

A partir de los 90, con las demandas de la globalización, las nuevas reglamentaciones de los organismos defensores del consumidor que comenzaron a exigir la provisión de manuales del usuario en todos los idiomas, y la posibilidad de trabajar para empresas extranjeras a través del correo electrónico, hizo que paulatinamente todos los traductores que se dedicaban a otras actividades se volcaran a la traducción ante el aumento de la demanda y la conveniencia de los aranceles internacionales que, con la salida de la convertibilidad, llegaron a triplicar y hasta cuadruplicar los aranceles locales. Desde 1995 hasta 2009, la cantidad de traductores matriculados se duplicó en el CTPBA y se triplicó en el Colegio de Traductores de la Provincia de Santa Fe (2da. Circ.). Lo mismo sucedió con la cantidad de empresas de traducción en nuestro país.

### **9. La crisis de 2009 y la situación actual**

Las empresas que más han demandado servicios de traducción en la última década han sido las empresas de software, las empresas automovilísticas, los fondos de inversión, bancos e instituciones de préstamos hipo-

tecarios, para la universidad y de anualidades y rentas vitalicias. Muchos de estos sectores se han visto seriamente afectados por la crisis financiera internacional. Lo mismo sucedió con el mercado de la traducción también, tan íntimamente vinculado con los mercados financieros, las empresas multinacionales y la industria en general: la demanda de servicios de traducción en 2009 disminuyó a nivel mundial.

**Pero el problema está en la contracción de la demanda; nada tiene que ver con el precio del arancel.**

El auge de la traducción en Argentina produjo un gran desplazamiento de la curva de oferta que ahora se debe enfrentar con una demanda de servicios de traducción a nivel internacional considerablemente contraída. El resultado: poco trabajo u ofertas de trabajo a aranceles por debajo de lo que se considera éticamente profesional.

Las casas matrices de las empresas de traducción consultadas coincidieron en que la falta de ofertas de trabajo responde a una fuerte contracción de la demanda y que no han bajado su arancel ni han aceptado la propuesta de muchos de sus proveedores de bajarlo.

Recientemente, un sitio que capta y ofrece ofertas de trabajo para traductores ha realizado un estudio de mercado para demostrarles a aquellos miembros que se niegan a renovar sus membresías por la cuestión de la crisis que la situación no es tan crítica como parece:

- 12.364 trabajos publicados.
- 2.320 palabras por trabajo en promedio.
- € 0,08 por palabra en promedio.
- Facturación total: € 2.294.758 que corresponde a los 2.000 miembros del sitio.
- Ingreso promedio por miembro € 1.100, cifra que es significativamente mayor si se considera que cada trabajo asignado genera en la mayoría de los casos una futura continuidad laboral.

Los traductores consultados quienes, ante la escasez de contrataciones, decidieron reducir su arancel respondieron no haber recibido más trabajo a cambio. Cuando la actividad comenzó a reactivarse, las nuevas contrataciones se acordaron no en función del arancel anterior, sino en función del nuevo arancel más bajo. El punto perdido será muy difícil, sino imposible, de recuperar.

Las empresas con base en Argentina han tenido que enfrentar un constante incremento de sus costos fijos y variables en nuestra coyuntura inflacionaria actual. Para no ajustar por el lado de los aranceles y preservar la calidad del producto que ofrecen, muchas empresas se han reorganizado o han adoptado una política de comercialización más agresiva para aumentar su cartera de clientes.

Pero los traductores independientes argentinos también trabajamos dentro del mismo escenario inflacionario nacional. A modo de ejemplo, podemos comparar los siguientes datos:

Arancel/Gastos	2001	2010
<b>Arancel nacional</b>	\$0,06	\$0,16*
<b>Arancel internacional</b>	\$0,18 (USD 0,06)	\$0,24 (USD 0,06)**
<b>Sueldo Sindicato Auxiliares Casas Particulares</b>	\$250	\$753
<b>Monotributo (categoría inferior)</b>	\$94	\$219
<b>Lavavajillas</b>	\$400	\$2300

\* Última tabla arancelaria vigente del Colegio de Traductores de la Pcia. de Santa Fe (2da. Circ.) de febrero de 2008 para traducciones de carácter técnico.

\*\* Suponiendo el mismo arancel en el mejor de los escenarios.

Si al traductor le baja la demanda, no puede reducir muchos sus precios si sus costos siguen siendo los mismos, o peor aún si los costos suben como pasa en la actualidad con la realidad inflacionaria de nuestro país y como podemos observar en el cuadro comparativo anterior. Si pudiéramos producir nuestro producto con una máquina, la haríamos trabajar full-time durante los tres turnos para contrarrestar la diferencia. Pero nuestro cuerpo y nuestra mente no son una máquina; tenemos un límite. Sobrepararlo puede ser perjudicial, no sólo para nuestra salud sino también para la calidad del producto que ofrecemos.

Si los traductores siguen bajando sus aranceles, deberán “bajar la persiana” por la imposibilidad de asumir sus costos. Los traductores desocupados tendrán que volver a sus actividades anteriores o buscar otro trabajo en otros sectores donde la producción esté siendo sostenida o incrementada por la exportación.

## 10. Consejos para seguir ejerciendo la profesión que tanto amamos sin bajar nuestro arancel

Buen manejo de las finanzas personales. En tiempos de “vacas gordas” hay que saber guardar para épocas de “vacas flacas” o de ninguna vaca.

- Actualizar CV/Interconectarse.
- Crear/Actualizar sitio web.
- Capacitarse  $\longrightarrow$  Especialización
- Asociarse.

- Agudizar el ingenio y la creatividad.
- Promoción más agresiva de nuestros servicios para poder llegar a clientes directos/casas matrices.
- No descuidar el cliente nacional. En la actualidad, con la escalada inflacionaria, vuelve a convenir trabajar para el mercado local.
- Y por último, el famoso consejo del sabio Premio Nobel en Economía, James Tobin, en su discurso sobre la importancia de la diversificación en la inversión:
- “No poner todos los huevos en la misma canasta”.

Dentro la política de globalización, las “maquilas” constituyen una de las modalidades preferidas por los países industrializados -especialmente Estados Unidos- para mejorar su competitividad internacional y aprovechar los menores salarios prevalecientes en las naciones menos desarrolladas.

¿Se estará generando una especie de maquila en el mercado de la traducción en nuestros días?

Será responsabilidad de todos y cada uno de los profesionales de la traducción evitar que esto ocurra.

## 10. Referencias

- ALPÍZAR CASTILLO, R., “*Los traductores y la lengua*”.
- BANCO MUNDIAL.
- BBC DE LONDRES.
- COMMON SENSE ADVISORY, INC.
- CHACHOLIADES, M. “*Economía Internacional*” (1992). Segunda edición. Mc. Graw-Hill.
- CHILE EXPORTA SERVICIOS (<http://www.chilexportaservicios.cl>).
- CHILE SORPRENDE SIEMPRE.
- DIRECCIÓN TERMINOLOGÍAS E INDUSTRIAS DE LA LENGUA, DTIL.
- EXPORTAPYMES: Portal de las Pequeñas y Medianas Empresas con datos e información oficial de Instituciones y Organismos del Comercio Exterior.
- GOTRANSLATORS (<http://www.gotranslators.com>).
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, INDEC.
- KRUGMAN, P. R. OBSTFELD, M. “*Economía Internacional*”. Teoría y Política (2001). Quinta Edición. Pearson.
- LA BIBLIA.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO, OIT.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO.

PROCHILE (Programa de fomento a las exportaciones chilenas, dependiente del ministerio de Relaciones Exteriores).

SACHS, J. LARRAÍN, F. “*Macroeconomía en la Economía Global*” (1994). Prentice Hall.

SALVATORE, D. “*Economía Internacional*” (1998). Sexta edición. Prentice Hall.

WIKIPEDIA.