

NUEVO E IMPORTANTE SERVICIO

Librería del CTPCBA

Deseamos informarles el nuevo servicio de venta de libros que se ha creado en el Colegio. Se trata de la librería del Colegio que ofrece una gran variedad de libros de traducción, interpretación, enseñanza de lenguas, terminología y derecho, así como obras de referencia en general. Dicha librería funcionará en el subsuelo de la sede de Corrientes, de lunes a viernes, de 9.00 a 19.00.

La librería está ubicada junto a la Biblioteca Bartolomé Mitre y a la sala de soporte informático para matriculados, y posee amplias instalaciones para la exhibición del material en venta. Cuenta, además, con un espacioso mueble biblioteca de tres módulos con una estación de autoconsulta provista de PC, con acceso al catálogo de ventas, un catálogo de la biblioteca y conexión a Internet.

En la librería del Colegio, los matriculados podrán adquirir las publicaciones editadas por el CTPCBA y encontrarán, además, una gran oferta de libros que se han recibido en consignación de la librería SBS (especializada en lenguas extranjeras) y de la Librería Universitaria (especializada en libros de traducción).

El Consejo Directivo ha decidido implementar este nuevo servicio con el propósito de ofrecer a la venta una amplia diversidad de títulos, de viejas y nuevas publicaciones, a un precio realmente accesible, ya que trasladará un importante margen de descuento sobre el precio de venta, en beneficio de los usuarios. Por ello, el nuevo servicio facilita el acceso al material en venta en el mercado, a precios razonables, con el valor agregado del asesoramiento del personal de la Biblioteca Bartolomé Mitre, especializado en bibliografías de traducción y obras de referencia y que atenderá todas las consultas de la nueva librería.

La librería, como muchas de las instalaciones del Colegio, debe tener un nombre, y consideramos que nadie mejor que el propio matriculado para elegirlo. Por tal motivo, invitamos a todos los colegas a enviarnos su propuesta de nombre.

La librería, que estará a cargo del Lic. Roberto Servidio y de la Srta. Silvia Brizuela, se inaugurará oficialmente el jueves 16 de julio, a las 18.30. Los esperamos con los deseos de que este nuevo espacio colme las expectativas de nuestros matriculados.

El Consejo Directivo



Correo de Lectores

El cliente siempre tiene razón, pero no siempre

Esta frase hecha, implícita en el comercio en general (aunque no en las operaciones internacionales ni en las que se instrumentan en contratos de adhesión), significa que, por caprichosa que sea la demanda, el comerciante debe darle la razón al cliente. Este comportamiento se basa en la necesidad de mantener *la clientela*. Cuanto más satisfecho esté el cliente, más fiel será.

Sin embargo, si el comprador presenta exigencias desmedidas, no razonables; por ejemplo, pretender que el supermercado le entregue el pedido a domicilio después del horario establecido, su demanda no será satisfecha. Si el importador pretende que le envíen su producto antes de pagar lo estipulado, no verá satisfecha su exigencia.

En el área de servicios, el cliente nunca tiene razón. Si tiene un motivo de queja, primero debe pagar... y después quejarse. En este tipo de relación, el campo de acción del cliente está limitado por el prestador.

La traducción pertenece al área de servicios. Sin embargo, si el traductor (prestador del servicio) recibe un trabajo mal formateado, con texto faltante, con errores relevantes que impiden la comprensión del texto, muchas veces asume como propios esos errores y trata de resolverlos, aun sin contar con los elementos necesarios. Le da cosa decirse al cliente y pedirle que los resuelva.

Si recibe un trabajo para el que tiene que realizar otras funciones además de traducir —como las relacionadas con la creación de páginas web— o determinar qué partes se traducen en un sitio web, cotizar trabajos sin poder contar las palabras (archivos en formatos inadecuados para la función traductora), conocer y usar determinados programas para trabajos técnicos extra traducción, por ejemplo, relacionados con programación y que, por consiguiente, exceden la labor propia de su campo de trabajo (aun cuando sepa usarlos) y demandan un tiempo imprevisto en la ejecución de la tarea, el traductor piensa mil horas y da vueltas y más vueltas para encontrar la mejor forma de comunicárselo al cliente.

Consulta, ensaya respuestas, propone otras facilidades a cambio y, lo más grave, se expone a perder el trabajo por inepto.

Esto no es más que desconocimiento de la responsabilidad de cada parte. Poner límites en la relación traductor-cliente no está mal; al contrario, facilita el diálogo, aumenta la confianza del cliente en ese profesional que conoce sus funciones, que sabe de qué habla, y que no intenta hacer lo que no le corresponde (incluso a riesgo de hacerlo mal).

Actuar sobre la premisa de que *el cliente siempre tiene razón* no siempre es el mejor camino para adjudicarse el trabajo. A veces, sólo sirve para perder, aun cuando ese trabajo quede en casa.

Si el traductor conoce sus responsabilidades, puede delimitar tanto las propias como las ajenas sin malograr la relación comercial. Conocer este aspecto y mostrárselo al cliente favorece la imagen profesional y afianza la relación comercial.

Liliana B. Mariotto
TP Mat. 1873