



**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

---

**IMPORTANCIA DE LA TRADUCCIÓN EN EL SECTOR INDUSTRIAL GRÁFICO  
EN BOGOTÀ A LA LUZ DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS**

**Monografía**

**Preparado por**

**DIANA CAROLINA NIÑO MONTAÑA**

**GINA MARCELA GONZALEZ LEAL**

**Tutora: Bibiana Clavijo**

**Ph.D. (C) en Estudios de Traducción e Interpretación**

**Bogotá, Colombia, 2012**

**UNIVERSIDAD EAN**



**IMPORTANCIA DE LA TRADUCCIÓN EN EL SECTOR INDUSTRIAL  
GRÁFICO EN BOGOTÁ A LA LUZ DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS**

**Monografía**

**Diana Carolina Niño Montaña**

**Gina Marcela González Leal**

**Tutora: Bibiana Clavijo**

**Bogotá, Colombia, 2012**

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación se analiza la importancia que tiene la traducción en el Sector Industrial Gráfico y la relación que este tiene frente al TLC con Estados Unidos, cabe resaltar que se realizó a partir de un estudio que se le hicieron a 7 empresas de este sector que hacen traducciones en la parte interna de la misma.

Al analizar los resultados de las encuestas, se pudo observar que las traducciones que realizan son básicamente en la parte de multimedia, del inglés al español para la misma empresa u otras del mismo sector; lo cual, ha tenido una gran acogida en el mercado a nivel nacional e internacional dando la oportunidad de expandirse a otros países.

## **ABSTRACT**

The present project of the investigation is analyzed the importance of the translation in the Graphic Industrial Sector and the relationship with the Free Trade Agreement with The United States, it's necessary to mention that this was realized starting from a study that was made to 7 companies of this sector that make translations in the internal part of the same.

In analyzing the survey results, it was observed that the translations that the companies make are basically in the part of multimedia, from English to Spanish for the same company or another's in the same sector, which has been a great reception in the national and international market giving the opportunity to expand to another country.

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION .....	1
2. JUSTIFICACIÓN .....	2
3. PROBLEMA DE INVESTIGACION .....	5
4. OBJETIVOS .....	7
4.1 OBJETIVO GENERAL .....	7
4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	7
5. MARCO TEORICO .....	8
5.1 Traducción .....	8
5.1.1 Generalidades .....	8
5.2 Sector Gráfico .....	20
5.2.1 Generalidades .....	20
5.3 Empresas del sector gráfico .....	27
5.4 TLC.....	36
5.4.1 Generalidades .....	37
5.4.2 Importancia del TLC en el sector gráfico .....	39
5.4.3 Importancia del sector gráfico industrial dentro del TLC .....	40
6. METODOLOGIA .....	43
6.1 Enfoque .....	43
6.2 Tipo de estudio.....	44
6.3 Población a estudiar .....	45
7. RESULTADOS OBTENIDOS .....	47
7.1 Análisis de herramientas de información .....	47
CONCLUSIONES.....	58

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Competencia traductora Dorothy Kelly.....	12
Figura 2. Competencia traductora Darwish. ....	19
Figura 3. Fotografías Publicitarias. ....	28
Figura 4. Ficha técnica de entrevista. ....	47

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Productos exportados entre el 2006 y el 2008.....	26
Gráfica 2. Tasa apertura exportadora de la industria de la comunicación gráfica.....	26
Gráfica 3. Tipo de Traducciones que se hacen en las Empresas.....	48
Gráfica 4. Idiomas en lo que se realizan las traducciones .....	48
Gráfica 5. Tiempo que tiene el traductor para realizar las traducciones.....	49
Gráfica 6. Características y habilidades del traductor .....	50
Gráfica 7. Tiempo en que se presentan trabajos de traducción en las empresas .....	51
Gráfica 8. Traducciones que se realizan internamente en la empresa.....	51
Gráfica 9. Proposito que tienen las empresas en hacer traducciones.....	52
Gráfica 10. Importancia que tiene la traducción en la empresa en el momento de negociación con Estados Unidos en la exportación de los productos de artes gráficas.....	53
Gráfica 11. Posibilidad de negociación con Estados Unidos al momento de traducir del Inglés al español los diferentes elementos gráficos .....	54
Gráfica 12. Departamentos encargados del proceso de traducción en las empresas.....	55

## LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta I.....	63
-------------------------	----

# 1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado consiste en el estudio de la traducción dentro del sector Industrial Gráfico. En él se busca encontrar la importancia que tiene la traducción en dicho sector a la luz de la nueva realidad comercial de Colombia, que incluye tanto el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, como el hecho de que dicho sector sea uno de los que el gobierno nacional planea impulsar a nivel internacional.

El sector industrial gráfico es uno de los sectores que tienen alta demanda en la economía global y dónde Colombia tiene la oportunidad de tener crecimiento económico y competitividad. Éste es uno de los sectores de clase mundial y en el que el país puede tener competitividad, cambiando la oferta exportable, logrando así el crecimiento económico y de empleo.

Por último, se destaca el tema de la traducción en el Sector Industrial Gráfico en Bogotá; ya que, últimamente se ha ido desarrollando en grandes industrias del sector y esto ha hecho que las empresas se encuentren mas interesadas en ampliar su mercado, permitiendo así posicionarse a nivel internacional, logrando una mejor alianza frente al TLC con Estados Unidos.

## 2. JUSTIFICACIÓN

La traducción en éste sector Industrial Gráfico, cobra importancia porque no solo se requiere para las negociaciones internacionales, sino que también tiene que ver con los documentos impresos adaptados al formato que la empresa necesite. Como por ejemplo: artículos escolares, de oficina, variados tipos de empaques y etiquetas, libros y publicomerciales<sup>1</sup>.

La siguiente información es relevante para realizar esta investigación; ya que, se debe tener en cuenta que un profesional que se dedique a la traducción en este sector debe tener claro los factores que involucran al sector gráfico en relación del TLC en Bogotá.

Según Publicar Catálogo de la Comunicación Gráfica (s.a):

“La Industria Gráfica registró exportaciones por \$ 371 millones de dólares con un decrecimiento de -5% frente al año anterior. Los principales socios comerciales siguen siendo Venezuela \$ 140 millones de dólares. Estados Unidos \$ 34 millones de dólares, México \$ 32 millones de dólares y Ecuador \$ 28 millones de dólares. Por productos se resalta particularmente el incremento de las exportaciones de

---

<sup>1</sup> Publicomerciales: definido por concepto de diseño, impacto visual, calidad de pre-impresión, calidad de impresión y calidad de post-impresión y acabados.

etiquetas (36%), empaques de papel y cartón (4%) y empaques de plásticos y sus sustratos (3%)”. (p.22).

Con el fin de profundizar en la importancia del sector gráfico dentro del TLC, se encontró GUIA EMPRESARIAL “Cómo Exportar Productos del Sector Artes Gráficas” (s.a):

“En Colombia, la Industria de las Artes Gráficas ha sido considerada de importancia estratégica para el país y como un sector que brinda un potencial de desarrollo productivo para Bogotá y Cundinamarca en términos de generación de empleo y producción. Entre las diferentes actividades que ofrece la industria gráfica y que hace un avance significativo están: El desarrollo de nuevos mercados, el mejoramiento en los niveles de competitividad y productividad y el mejoramiento en las condiciones del entorno”. (s.p).

Es esencial hablar sobre la importancia de la traducción en el sector Industrial Gráfico en Bogotá, en relación al TLC con Estados Unidos. Así mismo el sector industrial gráfico tiene la necesidad de buscar traductores profesionales que se involucren en el desarrollo comercial que existe entre los gerentes de este sector y los representantes (del mismo sector) en otros países. Esto sería de gran satisfacción ya que no solo sería involucrarse en su entorno comercial. Por lo tanto, es importante que la empresa se proyecte a nivel internacional buscando alianzas con sociedades que sean igualmente o altamente competitivas.

A su vez, el presente trabajo será de gran aporte para estudiantes o personas que necesiten información acerca de la importancia de la traducción en el sector industrial gráfico. Así mismo, cabe mencionar que el presente trabajo se relaciona con las perspectivas que tienen los traductores en saber qué tan importante es desarrollar sus competencias en el sector Industrial gráfico.

### 3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A partir de una exploración realizada por las autoras de este proyecto, se encontró que en Bogotá, existen 7 empresas de artes gráficas que hacen traducciones en su parte interna de la empresa, tales como: Mindfree, Nicolgraphic, Balcalao, Machado y Molina, Departamento Creativo, Amaral Diseño, Stech Creativo; en cambio hay otras que no se dedican a esto; como por ejemplo: Andigraf, Cigraf Ocj Design S.A.S, Incamaru Digital Ltda, Grupocom S.A.S, Gifd Design S.A.S, Diproarte S.A.S, Crisálida Soluciones Gráficas Ltda., Comando Creativo, An One S.A.S., Abart Diseño, Abc Arte Diseño & Soluciones Group S.A.S., Aff. Fotografía, Video y Diseño Profesional, Alfa y Omega, Alonso González Ideas, Diseño, Volante, Diagramacion, Publicidad, Diseño Gráfico- Planos Autocad 2D-3D, C&G Diseño Industrial y Gráfico Ltda., Cyan Publicidad, Diseñando Comunicación Visual, Diseño Gráfico Web y Modelacion, Espacio Comunicación & Diseño, etc.

La relación del Sector Gráfico con el TLC tiene mucha importancia, ya que permite la apertura de nuevos y grandes mercados; lo cual garantiza las relaciones con los Estados Unidos para así aumentar la comercialización e inversión de productos y/o servicios en dicho sector.

Anteriormente, las empresas del Sector Gráfico no contaban con alianzas a nivel internacional como hoy en día; ya que, desde que se firmó el TLC con Estados Unidos permitió que estas empresas pudieran tener la oportunidad de crecer a

nivel internacional, dándoles el apoyo que estas requieren. Muchas de estas empresas realizan traducciones en los diversos documentos que maneja la empresa, y eso hace que exista una gran competencia entre ellas permitiendo que cada día crezca el sector de la Industria Gráfica. Debido a esto, cabe la posibilidad de que en un futuro exista una gran apertura por el lado de la traducción ya que empresas grandes, medianas y pequeñas pueden tener mayores oportunidades de ampliar su mercado y ser competitivas a nivel internacional, todo gracias a la traducción que realizan en la parte interna de la empresa.

Por esta razón, plantearemos la siguiente pregunta:

¿Cuál es la importancia de traducción en el sector gráfico en Bogotá en el contexto de un TLC con Estados Unidos?

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

Analizar la importancia de la traducción en el sector gráfico bogotano, en el contexto de un TLC con Estados Unidos.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificar qué tipo de documentos se requieren al traducir en el sector gráfico.
- Analizar las competencias de los traductores del sector gráfico industrial.
- Identificar la aplicación de las traducciones realizadas para el sector gráfico y su relación con el TLC con Estados Unidos.

## **5. MARCO TEÓRICO**

En este marco teórico se desarrollarán conceptos fundamentales de traducción, tales como el estado de los traductores en Colombia, las diferentes empresas que se relacionan en el sector, el TLC, la importancia que tiene el sector gráfico dentro del TLC, su desarrollo enfocado en el área del diseño gráfico y las perspectivas de la traducción dentro del TLC. Todo eso se debe a cómo se da su desarrollo en dicho sector para así identificar la importancia que tiene en Bogotá.

### **5.1 Traducción**

#### **5.1.1 Generalidades**

Nos enfocamos en el tema de traducción, porque es un concepto clave en el desarrollo de este trabajo que necesita ser definido para saber la importancia que tiene en el sector industrial gráfico. También, cabe resaltar que el proceso que se hace al traducir los documentos, da la oportunidad a las empresas del sector de ampliar su mercado a otros países y ser competitivos.

Hasta el día de hoy, la traducción se ha considerado en una labor desde la edad media, es por esto que se ve la necesidad de crear un servicio en el comercio a nivel nacional e internacional; para así poder lograr una amplia expansión en los diferentes países.

En el mundo global la traducción ha venido siendo una herramienta muy importante en las diferentes empresas; ya sea en campos tales como: legales, jurídicos, financieros, económicos, educativos, etc. Y a partir de esto se ve la necesidad de preparar profesionales en los diferentes ámbitos; ya que la mayoría de las empresas requieren de un traductor profesional, el cual se encarga de todas las traducciones relacionadas con la empresa. Para esto es necesario que el traductor cuente con una serie de competencias, conocimientos y habilidades; siendo así de sus principales características.

Hoy en día, el sector de la traducción ha tenido un gran auge a nivel nacional e internacional, por su necesidad en los diferentes sectores de la industria, lo cual permite una amplia comercialización de bienes y servicios entre los diferentes países y en Colombia, más aún con la ayuda del TLC con Estados Unidos.

### 5.1.2 Definición de traducción

Según el Diccionario de la Lengua Española, citado por León (2000):

**“Traducir** significa *“expresar en una lengua lo que está expresando antes en otra”* según el Diccionario de la Lengua Española. Pero **traducir bien** es algo más que el simple “expresar”: consiste en trasladar las ideas de un idioma a otro, es decir, hacer que los

conceptos expresados en el idioma de una cultura sean entendidos *del mismo modo* por otra cultura en su propio idioma, con lo que esto conlleva de transposición de transferencias, intencionalidad, dobles sentidos, estilo, clave y registros, época y demás parámetros”.

En este trabajo es necesario resaltar la diferencia entre traducir y traducir bien, establecida según el Diccionario de la Lengua Española donde también menciona cómo se deben manejar o trasladar las ideas de un idioma a otro, según la cultura que éste tenga.

“La traducción perfecta es una flagrante entelequia (en segunda acepción del DRAE), pero será tanto mejor cuantas más coincidencias halle el traductor en esos parámetros. De ahí que el traductor, para realizar su trabajo, necesite no solo conocimiento de los dos idiomas que maneja, sino también de la cultura general que ambos idiomas expresan, es decir, que sepa a partes iguales del idioma y de la cultura.”(p.314)

### 5.1.3 Competencias del traductor

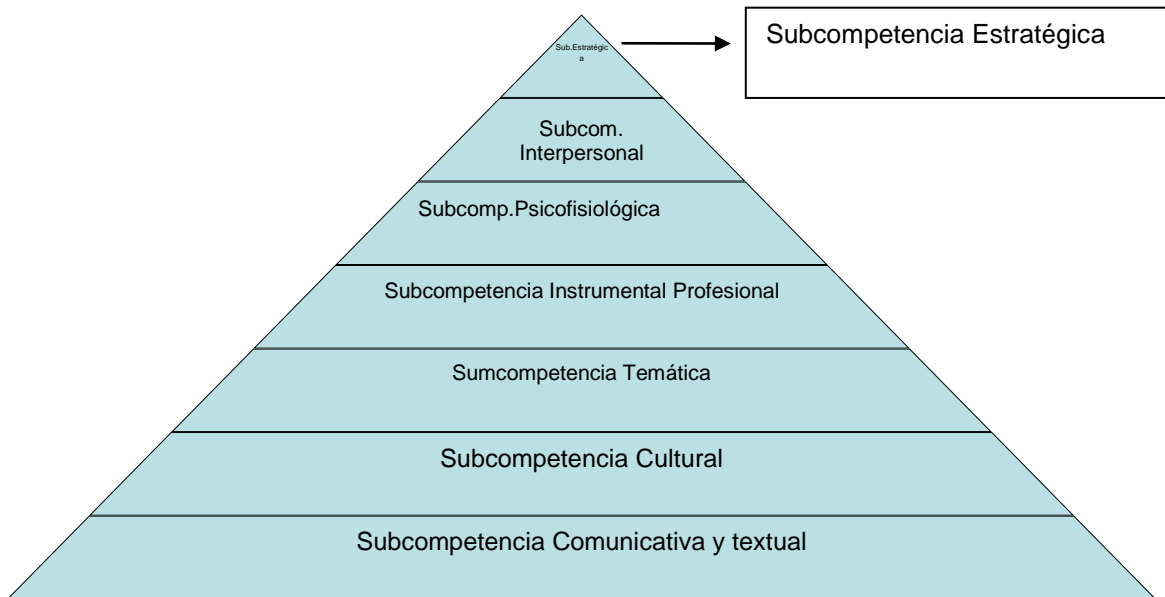
Es importante destacar las cualidades y conocimientos que caracterizan a los traductores que se observan claramente en el concepto de competencia traductora.

Según Kelly (2002):

“La competencia traductora es la macrocompetencia que constituye el conjunto de capacidades, destrezas, conocimientos e incluso actitudes que reúnen los traductores profesionales y que intervienen en la traducción como actividad experta y que se desglosa en diversas subcompetencias, en su conjunto necesarias para el éxito de la macrocompetencia”. (p 99-20).

A continuación se dará a conocer en la figura 1 las diferentes subcompetencias (subcomp.) que Dorothy Kelly menciona que se explican más adelante:

Figura I: Competencia Traductora.



Fuente: Kelly (2002).

- **Subcompetencia comunicativa y textual**

En al menos dos lenguas y culturas (comprende fases pasivas y activas de la comunicación, así como las convenciones textuales de las diferentes culturas de trabajo).

- **Subcompetencia cultural**

Comprende no sólo conocimientos enciclopédicos con respecto a los países donde se hablan las lenguas correspondientes, sino también sobre los valores, mitos, percepciones, creencias y comportamientos y sus representaciones textuales.

- **Subcompetencia temática**

Comprende los conocimientos básicos sobre los campos temáticos en los que trabaja el traductor, los cuales les permiten el acceso a la comprensión del texto de origen o de la documentación adicional que emplee.

- **Subcompetencia instrumental profesional**

Comprende el uso de fuentes documentales de todo tipo, la búsqueda de terminología y la gestión de glosarios, bases de datos, etc., el manejo de las aplicaciones informáticas más útiles para el ejercicio de la profesión (tratamiento de textos, autoedición, bases de datos, Internet, correo electrónico), además de otras herramientas tales como el fax, el dictáfono, etc. Comprende así mismo conocimientos básicos para la gestión del ejercicio profesional (contratos, obligaciones fiscales, presupuestos y facturación, etc.), así como de la deontología y el asociacionismo profesional.

- **Subcompetencia psicofisiológica**

Comprende el «autoconcepto» o la conciencia de ser traductor/a, la confianza en sí mismo, la capacidad de atención, de memoria, etc...

- **Subcompetencia interpersonal**

Se trata de la capacidad para interrelacionarse y trabajar profesionalmente en equipo, no sólo con otros traductores y profesionales del ramo (revisores, documentalistas, terminólogos, sino también con los clientes, iniciadores, autores, usuarios, así como con expertos en las materias objeto de traducción.

- **Subcompetencia estratégica**

Comprende todos los procedimientos que se aplican a la organización y realización del trabajo, a la identificación y resolución de problemas y a la autoevaluación y revisión.

En base a lo anterior se observa las diferentes subcompetencias que deben reunir los traductores para enfrentarse a los diferentes procesos de traducción.

Al traducir un texto, se necesita conocer y saber el significado de este, la gramática que allí se utiliza, la sintaxis que esta incluye, involucrarse en la cultura de quien escribe el texto original, cuáles son sus costumbres, ideas y el mensaje que ellos quieren transmitir en el texto original. En el caso del sector gráfico se necesita involucrarse más en la forma en que éste se desarrolla, la evolución y el propósito que tienen en dar a conocer el servicio que brindan.

#### 5.1.4 Estado de los traductores en Colombia

Según Clavijo (2008):

“...los traductores en Colombia trabajan en su mayoría desde su oficina para varios clientes; ya sean personas o empresas que solicitan sus servicios de traducción de texto o de interpretación. El volumen de su trabajo depende de su competencia para darse a conocer en el mercado, de las tarifas que maneja, de su especialidad, y de su seriedad y cumplimiento”.

Muchas veces algunos traductores consideran que tienen la habilidad de traducir por el hecho de saber dos lenguas, pero no saben de la competencia traductora y se encargan de traspasar palabras de un idioma a otra sin mucho conocimiento cultural. Su oficio se basa en hacer una traducción literal no especializada, que no llega a ofrecer buena calidad.

En Colombia los traductores reconocidos por las empresas son profesionales no solo por conocimiento en las dos lenguas y culturas, sino también por lo que han vivido en otros ambientes culturales. (p17).

Finalmente se menciona la siguiente cita, porque se concluye que esta carrera Profesional de Lenguas Modernas ofrece la oportunidad de conocer varios

mercados en cuanto a la traducción, ya sea en el ámbito financiero, legal, o empresarial.

A partir del estudio realizado por Clavijo (2006) se observa que el traductor *freelance*<sup>2</sup> y el traductor *in-house*<sup>3</sup> en una organización son requeridos de la siguiente manera:

“...en general, el traductor *freelance* es requerido en casos puntuales, pues la mayor parte de la comunicación en otras lenguas es manejada y realizada internamente en la empresa; y quien actúa como traductor *in-house* es un miembro de la empresa que conoce las dos lenguas, aunque no siempre tiene especialización en el área correspondiente. La mayor demanda actual en traducción es escrita, en mayor volumen de inglés al español, que de español a inglés y los directores de departamentos y coordinadores de área son quienes más solicitan estos servicios”. (s.p.).

Finalmente, como se ha mencionado anteriormente el papel que desempeña un traductor debe caracterizarse por una serie de conocimientos en ambas lenguas, sea inglés- español o viceversa, debe poseer competencias traductorales al momento de hacer la traducción correspondiente de los documentos, debe tener el dominio de la lengua de partida y la lengua de llegada.

---

<sup>2</sup> El traductor que traduce para varias empresas y es requerido en casos puntuales.

<sup>3</sup> El traductor que forma parte del equipo de trabajo de una empresa.

### **5.1.5 Proceso del traductor**

Según, Legón (2002):

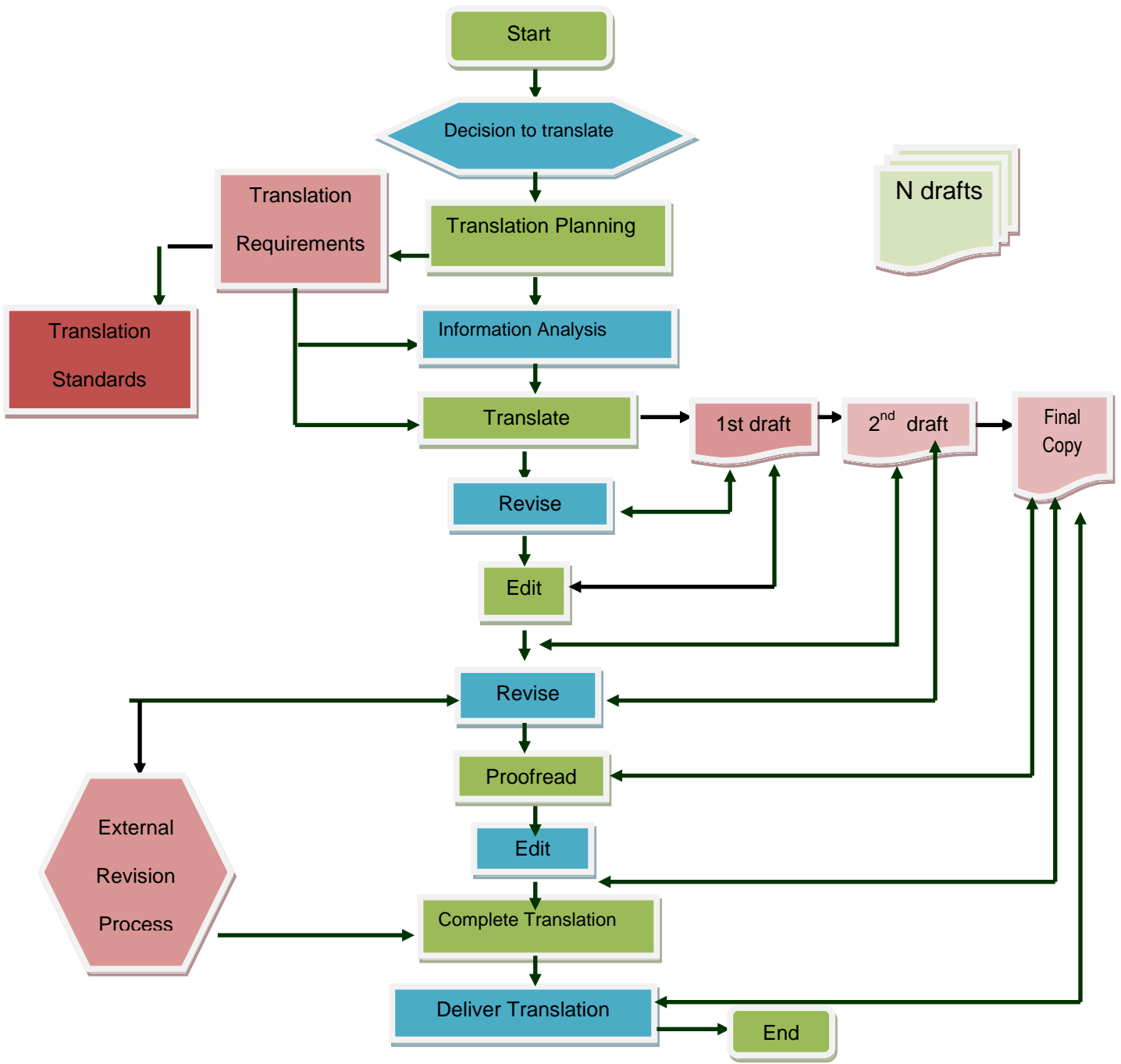
“El proceso de traducción es, sin duda, un acto de comunicación. En los estudios más recientes sobre traducción consultados, los autores cada vez más insisten en la importancia de observar la traducción a partir de sus características, no sólo como producto final, sino como proceso de comunicación intercultural que tiene como base el lenguaje. Es evidente que cualquier aproximación al proceso de traducción, deberá realizarse, necesariamente, a partir de una reflexión sobre el mismo como actividad lingüística.

Como el hecho mismo de hablar la lengua materna, la actividad traductora está, también, anclada al entorno que la crea, por esto debe considerarse como un sistema abierto en el cual deben ser considerados y tomados en cuenta la influencia del medio en el cual se crea el nuevo texto, las condiciones culturales y las costumbres y hábitos, tanto lingüísticos como de naturaleza social. De la misma manera que por medio del lenguaje vivimos y damos vida a una cultura,

por medio de la traducción ponemos en comunicación dos culturas y dos mundos. Tanto el texto origen como el texto final constituyen de hecho sistemas abiertos que están en contacto con sus respectivas culturas y este aspecto es algo que los traductores deben tener en cuenta a la hora de tomar ciertas decisiones”.(s.p).

A continuación se dará a conocer las diferentes etapas en el proceso de traducción que según Darwish (s.a) menciona en la figura 2:

Figura II: Competencia Traductora.



Fuente: Darwish (s.a)

Como se pudo observar anteriormente, el proceso del traductor tiene una estructura y una secuencia en que se realiza el respectivo proceso al momento de traducir un texto.

## **5.2 Sector Gráfico**

### **5.2.1 Generalidades**

Según la Cámara de Comercio de Bogotá hay 207 empresas de Diseño Gráfico, las cuales 100 son multinacionales pero no se enfocan en la traducción en la parte interna de la empresa; mientras que las otras 100 empresas sólo se dedican a todo lo relacionado con Diseño Gráfico y de ahí solo hay 7 empresas que realizan traducciones en la parte interna de la empresa.

El sector Gráfico es el encargado de transmitir una información determinada por medio de diseños de forma clara y directa.

En este numeral se pretende exponer el tipo de mercado en el que se enfoca el sector gráfico y su desempeño en Bogotá, según, Garzón (2010):

“En Colombia este mercado está dividido en cuatro categorías que son: empaques, etiquetas, publicidad comercial, periódicos y revistas”. (s.p).

A partir de esto, es importante que los traductores tengan conocimientos básicos y la agilidad para poder desempeñar bien su labor en las traducciones. Todo este proceso hace que la traducción tome gran importancia para la exportación de los diferentes elementos que allí se fabrican.

La necesidad de innovar, fortalecer y promocionar esta industria a nivel internacional, hace que la traducción sea un elemento muy importante a todo este desarrollo ya que permite un mayor crecimiento y el mejoramiento de nuevas tecnologías. Además con la ayuda de la traducción podemos hacer que otros países exporten a nuestro país diferentes herramientas que ellos creen son importantes para nuestro desempeño y desarrollo como sociedad.

Finalmente, en el campo del sector Industrial Gráfico, se considera que cada día se quiere posicionar y mostrar más las innovaciones que ellos presentan. En el caso de los libros digitales, las revistas y la publicidad si se quiere innovar y exportar a otros países. Es importante realizar la traducción de estos productos ya que la meta de todo este proceso es ofrecer los productos al cliente (mercado), los cuales son atractivos en el entorno comercial , ya que son innovadores, competitivos y con un excelente precio de los cuales se puede sacar un buen provecho.

El estudio afirma que según, Moreno (s.a) que:

“La función principal del diseño gráfico será entonces transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, etc.

El diseño gráfico no significa crear un dibujo, una imagen, una ilustración, una fotografía. Es algo más que la suma de todos esos elementos, aunque para poder conseguir y comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y tener la imaginación, la experiencia, el buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada”.(s.p).

El Sector Gráfico se basa en transmitir mensajes por medio de gráficos que se hacen llegar al público por medio de los diferentes medios; ya sean folletos, libros, empaques, carteles, etc. De esta manera, se dará a conocer la forma en que el sector gráfico se involucra con sus clientes.

De acuerdo con el programa de transferencia tecnológica sobre el color y diseño gráfico (Mipyme) existen más de 40 pequeñas y medianas empresas del sector gráfico de la capital que fueron elegidas para participar en el Programa que realizó la Secretaria de Desarrollo Económico. La empresa Gráfica Mipyme de Bogotá, es un programa de transferencia tecnológica sobre el manejo de color y diseño gráfico en el que además se da asistencia técnica y planes de control de procesos

industriales, con el apoyo de expertos nacionales e internacionales en tecnología y técnica gráfica.

Con esto se busca que la Secretaria de Desarrollo Económico de solución a tres ejes importantes en la competitividad de las empresas gráficas en la ciudad. Estos ejes son innovación, reducción de la informalidad y la generación de valores agregados, permitiendo así solucionar uno de los principales problemas del sector y la mano de obra calificada.

En una entrevista realizada al ministro de comercio, industria y turismo Díaz Granados (2010) sobre el diseño gráfico afirmó que los empresarios del Sector Gráfico en Colombia deberían darse la oportunidad de conocer y aprovechar aquellos instrumentos y programas de apoyo que se han establecido por medio del gobierno, para así estimular el desarrollo de este sector.

El Ministro manifestó que el proceso que se da con el Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos se cumplió de una manera efectiva, dando así ,resultados satisfactorios en las exportaciones de manufactura durante sus primeros días a partir del acuerdo; sin embargo, también se mencionó que debería haber un compromiso entre los empresarios para dar a conocer el mercado y poder identificar las oportunidades que estos tienen.

Agregó “El país norteamericano importa \$10.800 millones de dólares en productos de la industria gráfica, y de ese monto, Colombia solo le vendió el año pasado \$25 millones de dólares”. (s.p).

“Tenemos que mirar qué es lo que compran allá para buscar compradores, y el gobierno está dispuesto a acompañar a los empresarios en este proceso”, reiteró el Ministro.

### **5.2.2 Descripción del sector**

A continuación se mencionan algunas estadísticas sobre el perfil sectorial y los productos exportados entre el 2006 y el 2008 en la Industria Gráfica.

Según, INDUSTRIA GRÁFICA de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, citado por PRIMIR (Print Industries Market Information and Research Organization)<sup>4</sup>.(s. a):

“El mercado mundial de la industria gráfica movilizó en el año 2007, unos 721.000 millones de dólares. El continente con mayor participación es Asia (30%), luego Norte América (29,8%) y Europa Occidental (28,6%). En América Latina se concentra el 6,2% de la producción.

Los principales países productores fueron en el año 2006, Estados Unidos (\$182 mil millones de dólares, Japón \$84 mil millones de dólares, China \$41 mil millones de dólares y le siguen Alemania,

---

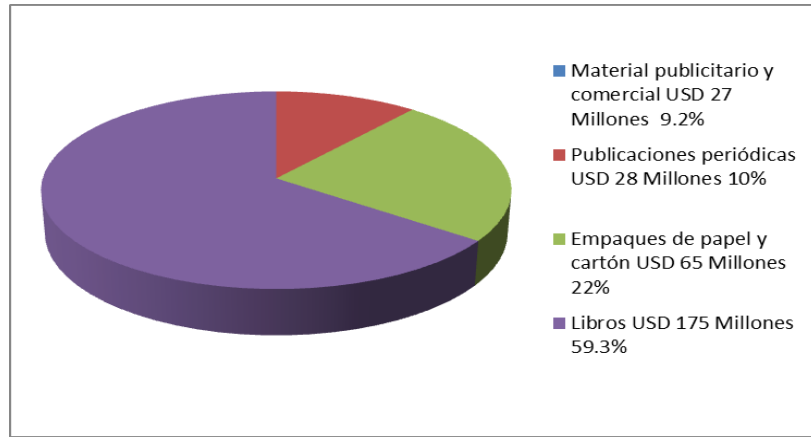
<sup>4</sup> PRIMIR: industrias de Información en Mercados de Impresión y Búsqueda de la Organización

Inglaterra, Francia e Italia. En cuanto a los países con mayor preponderancia dentro del sector en América Latina se encuentran Brasil y México (aproximadamente \$12 mil millones de dólares cada uno. Es importante remarcar que Brasil creció un 18,5% con respecto al año anterior". (p 4).

Como se puede observar, la Industria Gráfica en estos años tuvo un alto incremento en la exportación de sus productos a nivel mundial, mostrando así la participación que tuvieron estos países en el mercado durante estas fechas.

Según, SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN BOGOTÁ (s.a): Entre 2006 y 2008 la industria de la comunicación gráfica en Bogotá registró a nivel de comercio internacional, un crecimiento del 11,5% al llegar el año pasado a \$371 millones de dólares. Entre los principales productos de exportación se encontraron los libros \$175 millones de dólares, - primer exportador de libros en Latinoamérica- empaques de papel y cartón \$65 millones de dólares, publicaciones periódicas \$28 millones de dólares y material publicitario y comercial \$27 millones de dólares. Los principales destinos de las exportaciones fueron Venezuela, Estados Unidos, México, Ecuador, Costa Rica, Perú, Chile y Puerto Rico.

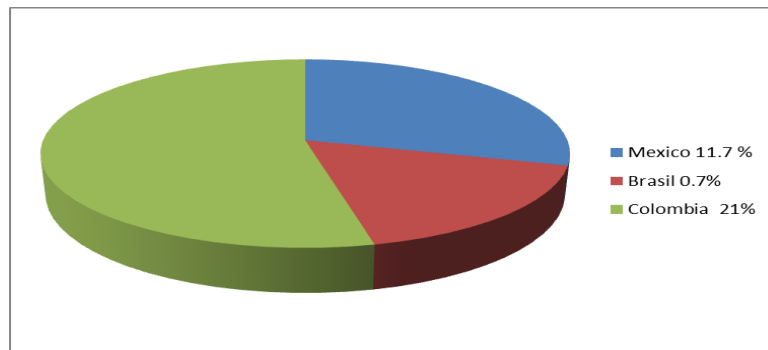
Gráfica 1: productos Exportados entre 2006 y 2008.



Fuente: Antecedentes IND Comunicación Gráfica (2006-2008).

Como se observa en la gráfica 2. La Industria Gráfica Colombiana, cuenta con una tasa de apertura exportadora del 21%, mientras que para otras potencias de la región, como México, es de 11,7% y en Brasil llega a 0,7%. A nivel latinoamericano, cuenta con balanza comercial positiva relevante.

Gráfica 2: tasa apertura exportadora de la industria de la comunicación gráfica



Fuente: Antecedentes IND Comunicación Gráfica (2006-2008).

### 5.3 Empresas del Sector Gráfico

A continuación se presentará algunos ejemplos de empresas del Sector Gráfico de la ciudad de Bogotá, en la cual realizan sus traducciones al interior de las mismas.

Por ende, es importante resaltar que las siguientes empresas tienen relevancia en relación al TLC con Estados Unidos; ya que, dichas empresas tienen sedes en éste país al igual que Andigraf. Lo cual permite que amplie su mercado y se de la oportunidad de hacer negocios con nuestro país a nivel internacional.

- **BACALAO PUBLICIDAD LTDA**

Bacalao Publicidad + Interactivo, es una empresa que se dedica al servicio de asesoría publicitaria, marketing y comunicación visual, cuenta con 6 empleados en planta y trabaja hace 4 años en la Industria Gráfica.

Según la página web de la empresa El objetivo de esta empresa es encontrar con creatividad un diferencial en cada escenario donde se propongan adaptados a cada caso según la necesidad del cliente.

Es una agencia de publicidad de servicios generales especializada en Campañas publicitarias, toda clase de material gráfico y producción gráfica, diseño, desarrollo de sitios web, hosting, programación PHP, animaciones, aplicaciones flash, CDS interactivos, diseño y armado de revistas, suplementos, catálogos, piezas de radio, TV, logotipos, desarrollo de marca y fotografía publicitaria.

A continuación se dará a conocer una muestra de diferentes elementos gráficos, que BACALAO traduce y se encuentran en la figura 5:

Figura III: Fotografías Publicitarias



Fuente: BACALAO (2012)

- **ANDIGRAF**

Es un gremio de gremios de la cadena productiva de la comunicación gráfica, que desarrolla temas de inteligencia competitiva, información de industria y entorno, responsabilidad social, gestión de procesos, y gestión ante terceros.

Es el representante legítimo de las empresas de comunicación gráfica ante el mercado, el gobierno, ante otros entes nacionales e internacionales. Es el mejor aliado en el crecimiento y transformación evolutiva de la industria a partir del conocimiento aplicado a la experiencia asociativa y particular.

Participa en El Congreso Nacional de la Industria de la Comunicación Gráfica es el evento más importante de la industria gráfica colombiana. En él se reúnen los empresarios de todos los subsectores que tratan temas fundamentales a nivel económico, político, tecnológico, de comportamiento del sector y de tendencias que influyen en el negocio de la comunicación gráfica. No obstante, el Congreso Nacional reúne también a productores, proveedores y prestadores de servicios de la industria gráfica nacional.

- **Andigráfica**

ANDIGRÁFICA 2011, fue el centro de los grandes negocios a nivel nacional e internacional, de encuentros de los empresarios de la cadena productiva, de

conocimiento y capacitación a través de las jornadas organizadas por ANDIGRAF Y CIGRAF, de innovación y desarrollo tecnológico que presentaron los proveedores de servicios, maquinaria, equipos, materias primas e insumos.

- **Mind Free Creative**

Es una agencia de publicidad creada en 2005 con el fin de brindar a las pymes y grandes empresas un soporte en la creación de marca y posicionamiento de sus productos. Con objetivos claros en el mercado, MIND FREE logra el posicionamiento de marcas como AUDITEK, SABVIA, COPPI he inicia labores para empresas como BELCOR, ECOPETROL, ITANSUCA, que brinda a todos sus clientes las mejores oportunidades y soluciones a sus necesidades.

Mind Free Creative ofrece los siguientes servicios: Diseño gráfico, marketing y publicidad, papelería e impresión, diseño de marca, diseño de piezas publicitarias, retoque fotográfico, montajes, composición gráfica, diseño y diagramación de revistas, periódicos, medios virtuales.

No obstante, gracias a los profesionales se tocan todos los campos necesarios para lanzar una empresa al éxito, desde el diseño a la impresión ó reparto.

Otros servicios que se ofrecen son:

- Diseño de paginas web
- Diseño gráfico, piezas publicitarias
- Publicidad y Branding
- Campañas directas por SMS
- Material POP, Merchandising
- Modelado 3D

Finalmente, gracias al volumen de trabajo se poseen múltiples acuerdos con distribuidores tales como imprentas, rotulistas, carpinterías, etc., que facilitan los precios más competitivos del sector

- **CIGRAF**

Aunque no es una empresa, sino una organización reconocida a nivel nacional e internacional, es importante mencionarla porque es de gran relevancia en el proceso que ésta tiene en el sector gráfico debido a sus aportes en el desarrollo de la competitividad de las empresas de la Industria, de la comunicación Gráfica para Colombia y la Región Andina. Contando con productos y servicios de alto valor agregado, que generan gran impacto en las empresas del sector, y cuentan con un equipo humano altamente competente, innovador y en constante actualización.

Esta organización apoya las empresas del Sector Gráfico en el incremento de su productividad y competitividad mediante la realización de acciones en caminadas al cumplimiento de los requerimientos y expectativas de los empresarios y trabajadores, desarrollando e implementado programas y actividades relacionadas con la innovación, el desarrollo tecnológico, la formación de talento humano y los servicios tecnológicos.

Esta empresa cuenta con alianzas y convenios con las siguientes organizaciones:

- Convenio Secretaria de desarrollo Económico
- Convenio INCONTEC
- Convenio ASIMPRES
- Convenio IDEAlliance
- Convenio AIDO
- Convenio CIDEI

- **Machado & Molina Asociados**

Es una agencia de diseño y comunicación visual que responde con acierto a las necesidades de comunicación visual de las empresas con sus públicos de interés.

Cuenta con servicios tales como:

- Diseño Editorial
- Medios Virtuales
- Branding
- Tarjetas Pop Up
- Eventos/ Merchandising
- Aplicaciones Corporativas

- **Departamento Creativo**

Es una agencia de publicidad especializada en la literatura de productos agrónomos y farmacéuticos.

La empresa tiene proveedores externos altamente conocidos por la compañía los cuales traducen los diferentes documentos del inglés al español.

Es una agencia de publicidad que ofrece servicios tales como ALBTL Digital. La empresa tiene convenios con México y trabajan en la parte de traducción.

- **Amaral Diseño S.A.S**

Es una empresa de diseño gráfico, cuenta con traductores nativos que realizan las traducciones en diferentes idiomas tales como:

- Inglés al Português
- Inglés al Francés
- Inglés al Español

No obstante, la empresa realiza traducciones de diferentes elementos gráficos tales como:

- Libros
- Informes
- Folletos Corporativos
- Catálogos

- **Nicolgraphic**

Es una agencia de Diseño y Publicidad, los cuales cuentan con servicios tales como:

- Tipografía
- Litografía
- Señalización
- Fotografía
- Web
- Video

La agencia cuenta con convenio con otras empresas en Bogotá tales como: COPIA, BEER Y COLDEPORTES.No obstante la agencia realiza traducciones del inglés al español.

- **Stech Creativo**

Es una empresa de Diseño Gráfico, la cual realiza traducciones del inglés al español en los siguientes aspectos:

- Estrategia creativa y de comunicación
- Diseño y producción

#### **5.4 TLC**

El tratado de libre comercio es un acuerdo comercial regional que amplía el mercado de bienes y/o servicios entre los países involucrados en este caso sería Colombia y los Estados Unidos. Estas relaciones, se dan con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y de la misma forma busca incrementar su nivel de desarrollo económico y social.

Es importante firmar un tratado de TLC porque constituye un medio eficaz para proveer un entorno estable y sin barreras para el comercio y la inversión, de esta forma busca garantizar el acceso de los productos y/o servicios del país a los mercados externos. Al ser beneficioso por los empresarios nacionales, permite que la economía del país crezca, aumente la comercialización de productos

nacionales, se genere más empleo, mejore el bienestar de la población y adicionalmente, se promueva la creación de nuevas empresas por parte de inversionistas nacionales y extranjeros.

#### **5.4.1 Generalidades**

El tratado de Libre Comercio es un acuerdo que se da mediante dos o más países, con el fin de incrementar sus relaciones comerciales y de inversiones respecto al comercio, desarrollo económico y social. El TLC fue firmado el 15 de mayo del 2012 por el Presidente Obama y el Presidente Santos en la ciudad de Cartagena y en esa misma fecha entró en vigor.

Los Tratados de Libre Comercio contienen normas y procedimientos que permiten garantizar los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países permitiendo que dichos tratados se realicen de forma satisfactoria y transparente.

No todos los tratados de libre comercio son iguales, no todos abarcan los mismos temas y niveles de compromisos por ambas partes. Una vez firmado el tratado entre los dos países, son firmados por los gobiernos y luego es puesto a consideración de los congresos de los países en cuestión para llevar a cabo su aprobación.

Estos acuerdos permanecen vigentes hasta que una de las partes proponga a la otra su terminación, esto se realiza mediante un procedimiento por el mismo tratado y del Derecho Internacional.

Es de gran importancia que se firmen los tratados de libre comercio, ya que establecen maneras eficaces para brindar un entorno estable; permitiendo así garantizar el acceso de los productos y/o servicios del país a los mercados externos.

Por consiguiente, según investigaciones como las que menciona en Hoyos (2010):

La industria gráfica cada vez tiene la posición más alta definió el Consejo Directivo en el análisis de la posición competitiva de la industria y la negociación, con el Gremio papelerero y cartonero”. (s.p).

Según Portafolio.com, citado por Reina (2011):

“Estados Unidos es uno de nuestros principales socios, hablando como industria de la comunicación gráfica”.

“Exportamos todo tipo de materiales, principalmente libros.

También estamos importando, lo que no pasaba en los últimos tres años donde habíamos tenido una balanza comercial positiva con Estados Unidos, ahora es deficitaria y hay una gran preocupación.

Yo creo que como industria se debe actuar rápidamente en términos de productividad, como cadena debemos aligerar el precio de las materias primas y de los insumos, y en este sentido el TLC se presenta como una oportunidad” (s.p).

#### **5.4.2 Importancia del TLC en el Sector Gráfico**

El TLC en el Sector Gráfico es importante ya que abarca grandes oportunidades de comercialización con Estados Unidos, en cuestión de ampliar nuevos mercados, exportar diferentes productos y generar nuevas posibilidades de empleo y producción como lo hacen las entidades nacionales Andigraf y Cigraf. Todo esto con el fin de buscar mayor competitividad, desempeño y liderazgo en la comercialización de los diferentes productos no solo en Estados Unidos sino también en otros países.

A continuación se nombrará la relación que tiene la empresa de Andigraf con el TLC.

Según la presidenta de Andigraf, María Alejandra Gruesso, dijo que uno de los temas más enfatizados fue la importancia de llegar a nuevas normas relacionadas con formalizar el trabajo en este sector. Asegura que el promedio de capacidad utilizada es de 78% para el año 2011. Hoy el sector está en una situación de

precios bajos, lo cual es necesario dar quiebre con diferenciación de producto, estrategias de innovación y buenos esquemas de costos.

Agrega que el gremio está trabajando con el Gobierno, que se ha mostrado receptivo a sus peticiones, para lograr acuerdos que reduzcan el grado de informalidad.

Todo esto se da gracias al TLC, ya que éste permite generar nuevas oportunidades de empleos, aumentar la comercialización de los diversos productos, generar nuevas empresas con los diversos países en relación con el TLC ; sin embargo cabe resaltar que debido a la importancia que tiene el sector gráfico con el TLC permite que este sector se vuelva aún más importante debido a la situación que está viviendo dicho sector a nivel mundial; ya que, está pasando de ser inversión a lo digital, lo cual presenta una oferta alta en el medio y una oportunidad de generar parámetros de diferenciación en la competencia de precio.

#### **5.4.3 Importancia del sector gráfico industrial dentro del TLC**

Según, entrevista con Sergio Díaz Granados, ministro de comercio, industria y turismo (2012):

“El sector Gráfico Industrial es importante dentro de un TLC con Estados Unidos porque este da una gran oportunidad de crecimiento y exportación de Colombia hacia el mundo. Además de saber que Estados Unidos es el país que más bienes compra al mundo”. (s.p).

Con esto Estados Unidos quiere potenciar el sector de tal manera que los empresarios puedan aprovechar, vía exportaciones las múltiples oportunidades de este acuerdo.

A partir de la exploración realizada se puede afirmar que el impacto económico que según mencionan en Ramírez y Franco (2007):

“Uno de los grandes beneficios que tendrá el sector gráfico dentro del TLC será la reducción de los costos de materias primas, como la maquinaria, equipo y el papel importado además de que se registrara que la cadena de papel, cartón y productos de papel y cartón cuenta con una mayor participación en las ventas externas mundiales de los productos de artes gráfica”. (s.p).

Con el fin de profundizar en el tema en la importancia del Sector Gráfico industrial dentro del TLC se encontró que, según investigaciones como las que mencionan en Barrios y Misas (2005):

“Actualmente la industria gráfica se encuentra preparada para competir en el mercado mundial. A continuación se muestran algunos porcentajes de las ventas que se han hecho en la industria: Un 25 % para el sector editorial, 20% para los embalses y embalajes, 13 para impresos comerciales y un 8% para material de oficina”. (s.p)

Con esta información se quiere dar a mostrar que el sector industrial gráfico con miras a un TLC con Estados Unidos tiene una gran oportunidad de mostrar sus

herramientas de trabajo, porque gracias a su innovación en su maquinaria, Estados Unidos ha querido hacer una reducción en los costos de importación de papel y cartón que es lo que más participación tiene en las ventas mundiales.

Siendo así, el mercado en el sector industrial gráfico, además de las ventajas que traerá la traducción en este sector, será mucho mayor y tendrá más competitividad, porque el TLC con Estados Unidos hará que este traiga más beneficios y rentabilidad al país.

## **6 METODOLOGÍA**

Este trabajo se desarrolla mediante un tipo de enfoque y de estudio que se detalla a continuación.

### **6.1 Enfoque**

El presente trabajo es de enfoque cualitativo, ya que pretende descubrir qué tan importante es la traducción en el sector gráfico y a partir de preguntas investigativas apuntar al impacto que tiene la traducción en dicho sector.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006,2010):

“El estudio cualitativo puede desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de datos. Estas actividades sirven para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después clarificarlas y responderlas. No obstante, este tipo de enfoque también se encamina en explorar, descubrir y luego generar perspectivas teóricas” (Pág. 7).

A continuación se explicará el porqué se decidió que este proyecto se basara más en un enfoque cualitativo y no en un enfoque cuantitativo. Estas son algunas de

las razones basadas en los postulados de Hernández, Fernández y Baptista (2006,2010).

- “En la dimensión de la interacción física entre el investigador y el fenómeno se descubrió que el enfoque cuantitativo es distanciado y separado, en cambio en el enfoque cualitativo se enfoca más en ser próxima al fenómeno de la investigación y en tener contacto con él.
- En segunda instancia, en la dimensión de la interacción psicológica entre el investigador y el fenómeno de la investigación se puede observar que el enfoque cuantitativo es más distanciado, lejano y sin involucramiento, en contraste con el enfoque cualitativo es más cercano, próximo, empático y con involucramiento.

Finalmente, éste se utiliza para la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”.

## **6.2 Tipo de estudio**

“El presente trabajo es de tipo explicativo, ya que se centra en afirmar del por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este. En este proyecto en específico se explicaría el por qué es tan importante la

traducción en el sector industrial gráfico y en qué circunstancias se da la importancia de la traducción en dicho sector.

Este tipo de investigaciones explicativas son más estructuradas que las demás clases de estudios. De hecho este tipo de investigación implica la exploración, descripción y correlación de datos; además de proporcionar un sentido de entendimiento del tema de investigación”.

### **6.3 Población a estudiar**

Nuestra investigación se desarrollará en empresas del sector gráfico con relaciones internacionales de importación y exportación, ubicadas en la ciudad de Bogotá las cuales son: BACALAO, MIND FREE, MACHADO Y MOLINA, DPTO CREATIVO, AMARAL DISEÑO S.A.S, NICOLGRAPHIC Y STECH CREATIVO

### **6.4 Muestra**

Nuestra muestra es de 7 empresas de Diseño Gráfico, las cuales se dedican a la traducción en la parte interna de la misma. Según la Cámara de Comercio de Bogotá hay 207 empresas de Diseño Gráfico, las cuales 100 son multinacionales pero no se enfocan en la traducción en la parte interna de la empresa; mientras

que las otras 100 empresas solo se dedican a todo lo relacionado con Diseño Gráfico y de ahí solo hay 7 empresas que se dedican a traducción en la parte interna de la empresa.

## **6.5 Herramientas de información utilizadas**

A continuación se nombrará algunas de las herramientas que utilizamos en el proceso de investigación de la tesis.

- Encuesta.

Lo anterior se hizo con el fin de recolectar información acerca de cuántas empresas de Diseño Gráfico se dedican a la traducción en la parte interna de las empresas en la ciudad de Bogotá y para esto fue necesario hacerlo por medio de encuestas a los encargados de la misma; para así saber qué porcentaje de empresas se dedican a la traducción del sector industrial gráfico. ( ver anexo en la página 62).

A continuación se encuentra la ficha técnica que muestra los datos principales acerca de la investigación que se hizo durante el proceso del presente trabajo:

Figura IV: Ficha técnica de entrevista

<b>FICHA TÉCNICA</b>
<b>ENCUESTADOR:</b> Diana Carolina Niño Montaña y Gina Marcela González Leal
<b>EL (LOS) INTERESADO(S):</b> <i>Empresas del Sector Gráfico</i>
<b>CONTENIDO:</b> <i>Revisar los aspectos más importantes en el sector Gráfico respecto a las traducciones que se manejan internamente en la empresa.</i>
<b>UNIDAD ESTADÍSTICA:</b> <i>7 empresas de Diseño Gráfico</i>
<b>POBLACIÓN:</b> <i>7 empresas de Diseño Gráfico</i>
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA:</b> <i>7 empresas de Diseño Gráfico.</i>
<b>MARGEN DE ERROR:</b> <i>5%</i>

Fuente: los autores

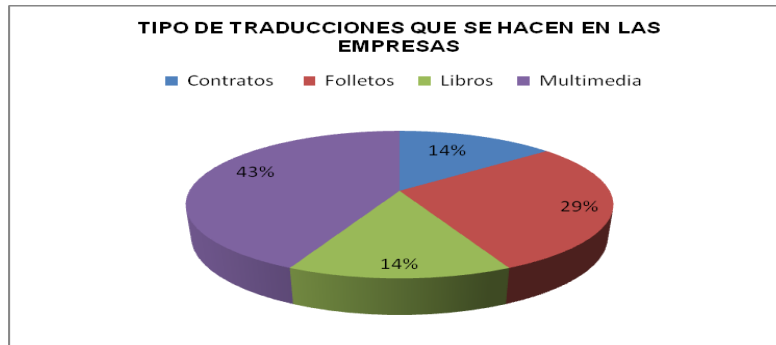
## **7 RESULTADOS OBTENIDOS**

### **7.1 Análisis de herramientas de información**

A partir de la información que se obtuvo de las encuestas se llegó a los siguientes resultados:

- 1) ¿Qué tipo de traducciones son las que se manejan internamente en la empresa?

Gráfica 3: tipo de traducciones que se hacen en las empresas

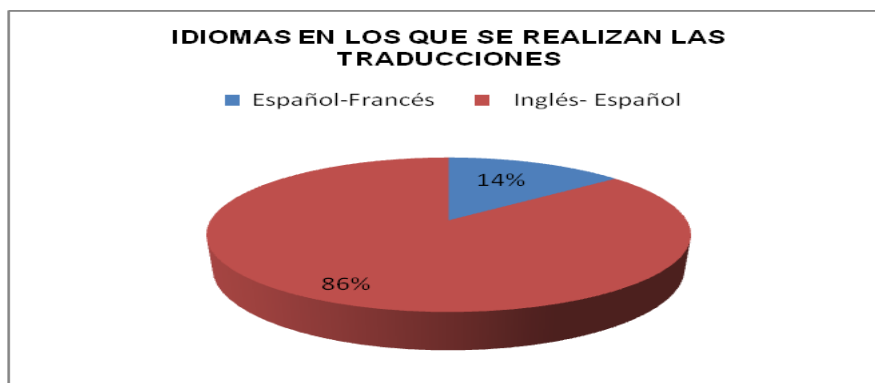


Fuente: los autores

Según los resultados obtenidos, el tipo de traducciones que se hacen en las empresas indica que el 43 % representa a la multimedia seguido de folletos, libros y contratos; los cuales son los principales tipos de documentos que se requieren al momento de traducir en este sector.

2) ¿En qué idiomas se realizan las traducciones?

Gráfica 4 : idiomas en los que se realizan las traducciones

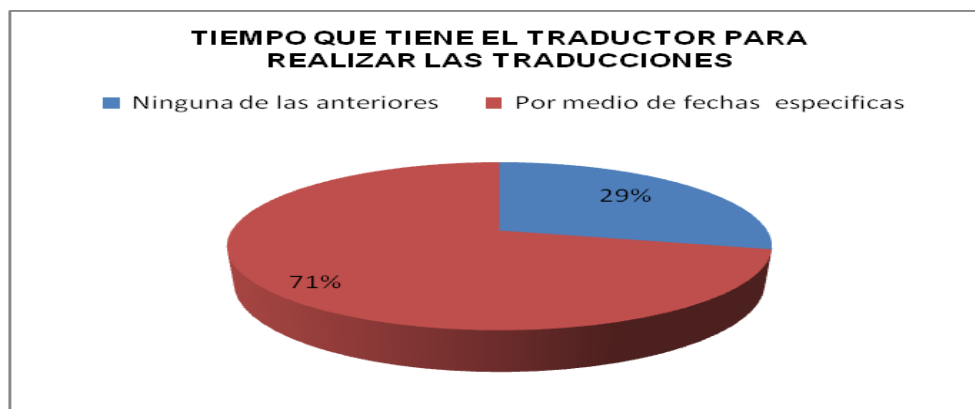


Fuente: los autores

Como se puede observar en la gráfica, los idiomas en los que se realizan las traducciones indica que el 86% representa del Inglés al Español seguido de Español al Francés en un 14%, esto indica que el idioma con mayor relevancia que tiene al momento de traducir en el sector gráfico y su relación con el TLC con Estados Unidos es el Inglés.

3) ¿Qué tiempo tiene el traductor para realizarlas traducciones según el tamaño del texto a traducir?

Gráfica 5: tiempo que tiene el traductor para realizar las traducciones

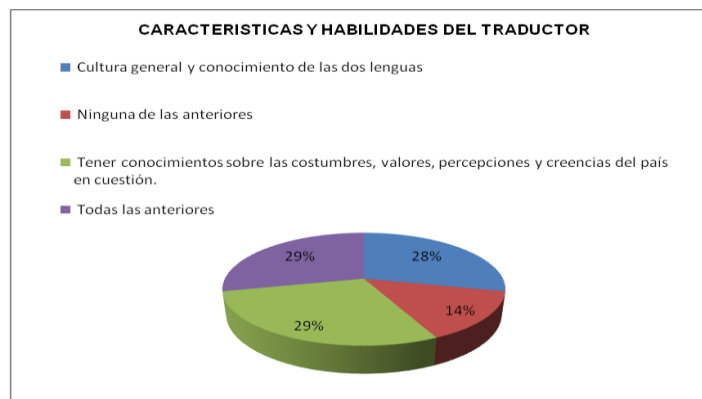


Fuente: los autores

Según la gráfica, el 71% representa que se hace por medio de fechas específicas. Mientras que el 29% hace referencia a que las empresas no cuentan con un tiempo establecido para realizarlas.

4) ¿Qué características o habilidades debe tener un traductor en el sector gráfico?

Gráfica 6: características y habilidades del traductor



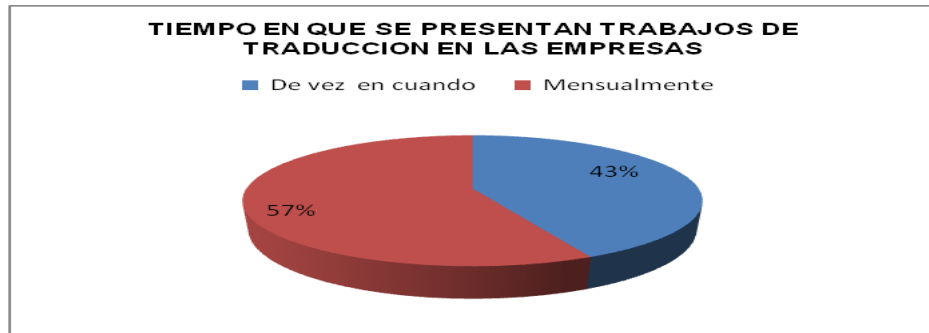
Fuente: los autores

Como se puede observar en la gráfica, las características y habilidades del traductor esta representado por el 29% que hace referencia a tener conocimientos sobre las costumbres, valores,perserpciones y creencias del país en cuestión junto con todas las anteriores. Mientras que el 28% se refiere a la parte de cultura general y conocimientos de las dos lenguas y en último lugar el 14% representa que las empresas del sector gráfico no tienen en cuenta estas posibilidades.

A partir del contraste de las competencias planteadas por Dorothy Kelly y las características y habilidades encontradas en el traductor, se observa que son de gran relevancia en ambas partes; ya que, Kelly dice que es importante tener en cuenta las capacidades, destrezas, conocimientos y actitudes que reúnen los traductores profesionales, mientras que en las características y habilidades del traductor hacen énfasis en las costumbres, valores, persepciones y creencias de dicho país.

5) ¿Cada cuánto se hacen las traducciones en la empresa?

Gráfica 7: tiempo en que se presentan trabajos de traducción en las empresas

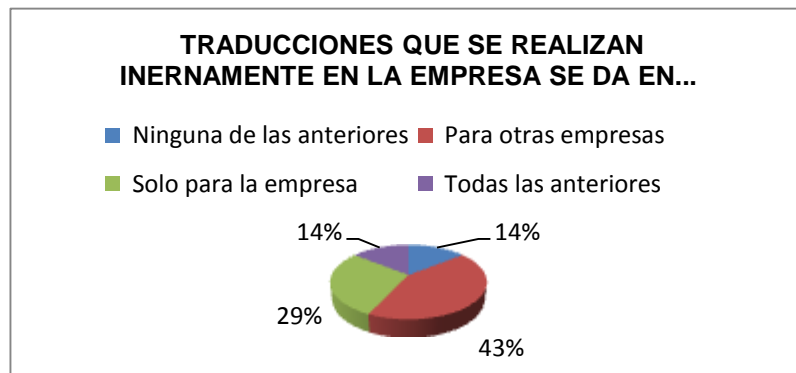


Fuente: los autores

Según los resultados obtenidos, el tiempo en que se presentan los trabajos de traducción en las empresas es del 57% que indica que es mensualmente, mientras que, el 43% nos indica que solo se hacen de vez en cuando.

6) ¿Las traducciones que hacen internamente en la empresa son:

Gráfica 8: traducciones que se realizan internamente en la empresa



Fuente: los autores

Según los porcentajes de la gráfica, las traducciones que se realizan internamente en la empresa es del 43% la cual indica que se hacen para otras empresas, el 29% sólo lo hacen para la empresa y el 14% hace referencia a que así como las empresas del sector gráfico hacen traducciones para todas las empresas también puede que no se hagan para todas estas.

7) Con qué fin los miembros de la empresa realizan este tipo de traducciones?

Gráfica 9: propósito que tienen las traducciones de empresas en hacer las traducciones

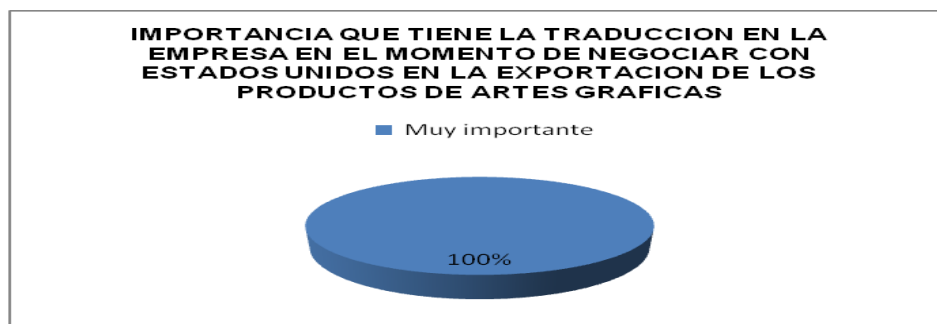


Fuente: los autores

Como se puede observar en la gráfica, el propósito que tienen los traductores de las empresas en hacer las traducciones es del 43% donde se crean alianzas de comercio internacionalmente, 29% proyecta sus productos a nivel internacional y el 28% se da a conocer con otros países.

8) Cree usted que si su empresa de diseño gráfico exporta productos de artes gráficas a los Estados Unidos, tendrá importancia la traducción en su empresa en el momento de negociar con este país?

Gráfica 10: importancia que tiene la traducción en la empresa en el momento de negociar con Estados Unidos en la exportación de los productos de artes gráficas

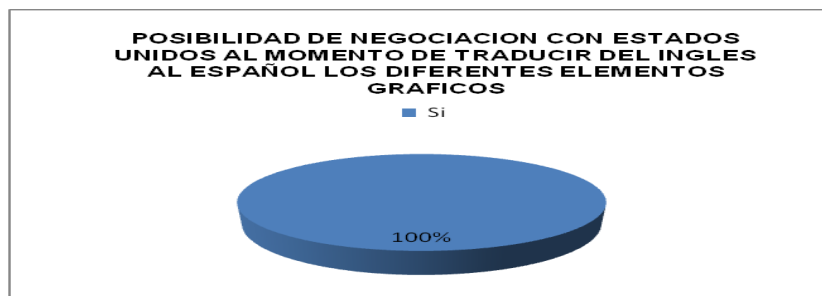


Fuente: los autores

Según la gráfica, la importancia que tiene la traducción en la empresa en el momento de negociar con los Estados Unidos en la exportación de los productos de artes gráficas es del 100% ya que se considera muy importante en el momento de negociar con este país.

9) Cree usted que al traducir del inglés al español los diferentes elementos gráficos, tendrán un gran comienzo en el momento de realizar negociaciones con Estados Unidos?

Gráfica 11: posibilidad de negociación con Estados Unidos al momento de traducir del inglés al español los diferentes elementos gráficos

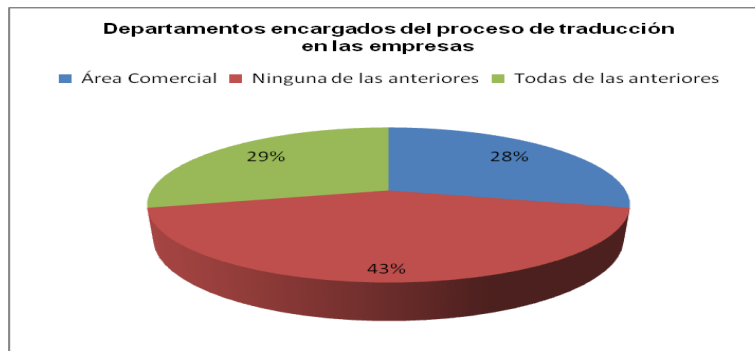


Fuente: los autores

Como se puede observar en la gráfica, la posibilidad de negociacion con Estados Unidos al momento de traducir del Inglés al Español los diferentes elementos gráficos ( folletos, libros, multimedia y contratos) es del 100% ya que se considera que tendran una gran acogida en el momento de hacer la negociación con este pais.

10) ¿Qué departamento de la empresa es el encargado del proceso de traducción?

Grafica 12: departamentos encargados del proceso de traducción en las empresas



Fuente: los autores

Según la gráfica, los departamentos encargados del proceso de traducción en las empresas es del 43% que indica que no tienen ningún departamento encargado de las traducciones, el 29% indica que las empresas hacen las traducciones entre los miembros de los diferentes departamentos y el 28% indica que las realizan el departamento comercial.

## 7.2 Conclusiones de herramientas de información

A partir de la encuesta realizada podemos afirmar que en las empresas del sector gráfico existen diversos tipos de traducciones donde la más destacada es la multimedia.

- La combinación de los idiomas más utilizados en el sector gráfico es del Español-Inglés- Español.
- El tiempo destinado que tienen los traductores en realizar las traducciones depende de fechas específicas.
- Las características y habilidades que debe tener el traductor son: tener conocimientos sobre las costumbres, valores percepciones y creencias del país en cuestión.
- Según la encuesta, las empresas que solicitan traducciones a las empresas del sector gráfico lo hacen mensualmente
- Es importante mencionar que el tiempo en que se deben presentar las traducciones en la empresa es mensualmente.
- El propósito de las empresas del sector gráfico es realizar las traducciones para darse a conocer internacionalmente.

- Para las empresas del sector es muy importante realizar traducciones en los diferentes productos gráficos ya que permiten la comercialización con Estados Unidos.
- La posibilidad de negociación con Estados Unidos es satisfactoria ya que las traducciones de los diferentes productos gráficos del Inglés al Español permiten que haya un mejor desarrollo en el momento de negociar.
- Se puede observar que las empresas no cuentan con un departamento específico que se encargue de las traducciones que allí se manejan, por lo tanto cabe mencionar que dichas empresas cuentan con el apoyo de otros departamentos que se hacen responsables de este proceso.

## 8 CONCLUSIONES

Según los objetivos planteados, se puede afirmar que la traducción en el sector industrial gráfico, es importante porque tiene una gran demanda en la traducción de los diferentes documentos tales como: folletos, libros, revistas, etc.; debido a esto, se logró identificar que el documento que más se requiere al traducir en el Sector Gráfico son los folletos y por consiguiente, la traducción de este tipo de documento influye en gran medida en la comunicación entre el Sector Industrial Gráfico y el TLC.

Con relación a las competencias del traductor, al contrastar las subcompetencias que menciona Dorothy Kelly con los resultados de las encuestas que se realizaron en la investigación sólo se encontraron algunas de ellas que son: competencia comunicativa y textual, competencia cultural y competencia temática, por esta razón concluimos que son relevantes al momento de realizar una traducción; ya que todo traductor debe tener conocimiento de las culturas, ideas, comportamientos, creencias, percepciones y modismos de dichos países que se emplea al traducir un texto de un idioma a otro.

Es importante resaltar que la influencia que el TLC esta teniendo en estos momentos en los diversos sectores de la industria en Bogotá, especialmente en el sector industrial gráfico ha permitido tener un crecimiento en cuanto hacer nuevos negocios con otros países, como lo es con Estados Unidos, ya que la mayoría de

las empresas que se investigaron tienen sus sucursales en otros países donde también tienen el mismo enfoque que es realizar las traducciones en la parte interna de la empresa enfocados en el material publicitario que ellos manejan.

Este proyecto servirá como soporte para futuras investigaciones en el sector industrial gráfico, ya que, se brindó gran parte de la información de cómo se ha ido desarrollando la traducción en estas empresas principalmente en la parte interna de ellas, sin embargo, se espera que esta sea de ayuda para futuras investigaciones del sector.

Como estudiantes de Lenguas Modernas, se sugiere a los traductores de las empresas del sector gráfico en Bogotá que deben tener una buena capacitación en los diferentes campos de la traducción, el cual les permita darse a conocer internacionalmente para futuros negocios.

A los futuros profesionales de Lenguas Modernas se les recomienda que realicen diferentes investigaciones en este campo para que tengan mayor visión de cómo realizar este tipo de traducciones especialmente en el sector gráfico, para así tener mayor competitividad laboral.

Se recomienda a las empresas del Sector Gráfico, ampliar la demanda de contratación de los traductores, ya que esto implica que su comercio se expanda a nivel internacional permitiéndonos crecer en este sector en la parte interna de la traducción de las empresas.

Finalmente, se quiere hacer una observación sobre las competencias traductoras que menciona Dorothy Kelly, dónde se hace un contraste en cuanto a las competencias de los traductores que se realizaron mediante las encuestas. Entre estas dos, existen diferencias en algunas competencias que menciona ésta autora ya que a partir de las encuestas que se le realizaron a las empresas no contaban con la totalidad de las competencias traductoras que cita Dorothy Kelly.

## REFERENCIAS

- ANDIGRAF (2011). Consultado el 27 de agosto de 2012. En: [http://www.andigraf.com.co/index.php?option=com\\_content&view=frontpage&Itemid=145&lang=es](http://www.andigraf.com.co/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=145&lang=es)
- Bacalao Publicidad (2011). Consultado el 11 de octubre de 2012. En <http://www.bacalaopublicidad.com/>
- Barrios,D.; y Misas, D.J.(2005). *La Industria de la Comunicación Gráfica*. Consultado el 14 de agosto, 2012. En [www.conlatingraf.com/inside/.../08.../ind\\_comu gráfica conlatin.pps](http://www.conlatingraf.com/inside/.../08.../ind_comu_gráfica_conlatin.pps)
- Clavijo, S., Mendoza, E., Franco, A., Duque,I y Rodríguez, M. (2008). *BABEL EN LAS EMPRESAS COLOMBIANAS*. Bogotá D.C.
- Clavijo, B. (2006). *Hacia un perfil profesional del traductor en Colombia*. 70. Consultado el 14 de agosto de 2012. En: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602011000100004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-81602011000100004&script=sci_arttext)
- Díaz, G (2010). *Comienza Mipyme Bogotá Gráfica*. Consultado el 3 de septiembre de 2012. En <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/3916/76/>
- Darwish, I. (s.a). *Competencia Traductora*. Consultado el 25 de octubre de 2012. En <http://www.at-turjuman.com/>
- Garzón, J (2010) *Los rumbos de la industria gráfica en Colombia*. Consultado el 22 de septiembre de 2012. En <http://www.conexioncentral.com/blog/2010/09/19/los-rumbos-de-la-industria-gráfica-en-colombia>
- Granados, D (2012). *Entrevista con Sergio Díaz Granados: Las 100 preguntas del TLC*. Consultado el 13 de septiembre de 2012. En <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=2818>
- Gruesso, M (2012). *Andigraf ve en el TLC con Estados Unidos una nueva oportunidad de crecimiento*. Consultado el 18 de septiembre de 2012. En [http://www.larepublica.com.co/empresas/andigraf-ve-en-el-tlc-con-estados-unidos-una-nueva-oportunidad-de-crecimiento\\_4148](http://www.larepublica.com.co/empresas/andigraf-ve-en-el-tlc-con-estados-unidos-una-nueva-oportunidad-de-crecimiento_4148)
- Hernández, S (2006) *Metodología de la Investigación*.

- Hortal, A (2007) Competencias del traductor y del interprete. Requisitos y códigos de conducta. Consultado el 22 de septiembre de 2012. En <http://traduccionjuntos.wikispaces.com/Competencias+del+traductor+y+del+int%C3%A9rprete.+Requisitos+y+c%C3%B3digos+de+conducta>
- Hoyos, L (2006) Publicar catalogo de la comunicación gráfica. Consultado el 22 de septiembre de 2012. En <http://sites.paginasamarillas.com/graficoeditorial/docs/Pronosticos%20y%20Perspectivas%20de%20la%20Industria%20gráfica.pdf>
- INDUSTRIA GRÁFICA de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (s.a). DEBILIDADES Y DESAFIOS TECNOLOGICOS DEL SECTOR PRODUCTIVO. Consultado el 10 de octubre de 2012. En [http://www.cofecyt.mincyt.gov.ar/pcias\\_pdfs/caba/uia\\_ind\\_grafica\\_08.pdf](http://www.cofecyt.mincyt.gov.ar/pcias_pdfs/caba/uia_ind_grafica_08.pdf)
- Kelly,D (2002) COMPETENCIA DOCUMENTAL COMO PARTE DE LA (MACRO) COMPETENCIA TRADUCTORA. Consultado el 8 de octubre de 2012. En [http://www.mariapinto.es/alfintra/contenido/COMPETENCIA\\_DOCUMENTA\\_L.pdf](http://www.mariapinto.es/alfintra/contenido/COMPETENCIA_DOCUMENTA_L.pdf)
- KIMPRES. (s.f.) Presentación de la empresa Consultado el 27 de agosto de 2012 en: <http://kimpres.com.co/empresa-editorial-bogota/>
- Legón, F (2002) El proceso de traducción como un Sistema Complejo No Lineal. Consultado el 10 de octubre de 2012. En [http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC000000012002000100025&script=sci\\_arttext](http://www.proceedings.scielo.br/scielo.php?pid=MSC000000012002000100025&script=sci_arttext)
- León, M (2000). *Manual de interpretación y traducción*. Madrid, España.
- Moreno, L (S.F.) Diseño Gráfico Consultado el 13 de septiembre de 2012. En: <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1277.php>
- Portafolio.com (2011). Industria gráfica está afectada por la informalidad. Consultado el 12 de octubre de 2012. En <http://www.portafolio.co/negocios/industria-grafica-esta-afectada-la-informalidad>
- Publicar Catalogo de la comunicación gráfica. (s.a). *Pronosticos y Perspectivas de la Industria Grafica*. Consultado el 22 de septiembre de 2012 en [https://docs.google.com/a/correo.ean.edu.co/viewer?a=v&q=cache:YHAWUqImM0sJ:sites.paginasamarillas.com/graficoeditorial/docs/Pronosticos%2520y%2520Perspectivas%2520de%2520la%2520Industria%2520grafica.pdf+&hl=es&gl=co&pid=bl&srcid=ADGEESqUjKTZGuk0E-lzWel8NrfNUyq5ZzleUxRDI-D-G1\\_NcT\\_0BYoJ5N5i21TYX0DY1B9Yd7bVEPYQa3z\\_KDIcvhfT3-](https://docs.google.com/a/correo.ean.edu.co/viewer?a=v&q=cache:YHAWUqImM0sJ:sites.paginasamarillas.com/graficoeditorial/docs/Pronosticos%2520y%2520Perspectivas%2520de%2520la%2520Industria%2520grafica.pdf+&hl=es&gl=co&pid=bl&srcid=ADGEESqUjKTZGuk0E-lzWel8NrfNUyq5ZzleUxRDI-D-G1_NcT_0BYoJ5N5i21TYX0DY1B9Yd7bVEPYQa3z_KDIcvhfT3-)

QsJTbccUZBpkUx9fMdVJ\_py-qknWyYxeLiO817T-rGX\_z&sig=AHIEtbSzET795b0W5Sj68bz0Qjk3HHtpzg

Ramírez, A., Franco, S. (2007). Impacto económico del TLC con Estados Unidos en la Región Bogotá-Cundinamarca. Consultado el 22 de septiembre de 2012. En [http://camara.ccb.org.co/documentos/2572\\_impacto\\_economico\\_del\\_tlc\\_con\\_estados\\_unidos\\_en\\_la\\_region\\_bogota\\_cundinamarca.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/2572_impacto_economico_del_tlc_con_estados_unidos_en_la_region_bogota_cundinamarca.pdf)

(s. aut). (s.añ). *GUIA EMPRESARIAL Cómo Exportar Productos del Sector Artes Gráficas*. Recuperado el 22 de septiembre de 2012 en [http://camara.ccb.org.co/documentos/8680\\_guia\\_empresarial\\_artes\\_graficas\\_02082011.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/8680_guia_empresarial_artes_graficas_02082011.pdf)

Vergara, C. (2010). *Industria Gráfica ¿Cómo va Colombia?* Consultado el 29 de agosto de 2012. En: <http://www.revistapym.com.co/destacados/industria-grfica-c-mo-va-colombia>

(2012). *Sector gráfico debe sacarle más provecho al Programa de Transformación Productiva: Ministro Díaz-Granados*. Consultado el 23 de septiembre de 2012. En <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=4228>

## Anexos

### Encuesta a empresas del sector gráfico

Buenos días, el propósito de ésta encuesta es para revisar los aspectos más importantes en el sector grafico respecto a las traducciones que se manejan internamente en la empresa. Agradecemos de antemano su tiempo y objetividad en las respuestas.

Usted.

1. ¿Qué tipo de traducciones son las que se manejan internamente en la empresa?
  - Contratos
  - Folletos
  - Libros
  - Multimedia
2. ¿En qué idiomas se realizan las traducciones y cuántas personas lo hacen?
  - Inglés- Español
  - Español –Inglés
  - Francés-Ingles
  - Ingles-Francés
  - Italiano-Español
  - Español-Italiano
  - Español-Francés
  - Alemán-Español
  - Español-Alemán

3. ¿Qué tiempo tiene el traductor para realizar las traducciones según el tamaño del texto a traducir?
- Una semana
  - Dos días
  - Por medio de fechas específicas
  - Un mes
  - Cada 15 días
  - Ninguna de las anteriores
4. ¿Qué características o habilidades debe tener un traductor en el sector gráfico?
- Cultura general y conocimiento de las dos lenguas
  - Tener conocimientos sobre las costumbres, valores, percepciones y creencias del país en cuestión.
  - Tener capacidad de entender y comprender el texto de origen.
  - Tener capacidad de interrelacionarse y trabajar profesionalmente con los traductores, los autores y con los expertos en materia de traducción.
  - Todas las anteriores
  - Ninguna de las anteriores
5. ¿Cada cuanto se hacen las traducciones en la empresa?
- Diario
  - De vez en cuando
  - Semanalmente
  - Mensualmente
  - Por horas
  - Quincenalmente
6. ¿Las traducciones que hacen internamente en la empresa son:
- Solo para la empresa

- Para otras empresas
  - Empresas del mismo sector
  - Todas las anteriores
  - Ninguna de las anteriores
7. Con qué fin los miembros de la empresa realizan este tipo de traducciones?
- Crear alianzas de comercio Internacionalmente
  - Mejorar el crecimiento de las empresas a nivel nacional
  - Darse a conocer con otros países
  - Proyectar sus productos a nivel internacional
8. Cree usted que si su empresa de diseño gráfico exporta productos de artes gráficas a los Estados Unidos, tendrá importancia la traducción en su empresa en el momento de negociar con este país?
- Muy importante
  - Poco importante
  - Nada importante
9. Cree usted que al traducir del inglés al español los diferentes elementos gráficos, tendrán un gran comienzo en el momento de realizar negociaciones con Estados Unidos?
- Si
  - No
  - No sabe
10. Qué departamento de la empresa es el encargado del proceso de traducción?
- Área Comercial
  - Recursos Humanos
  - Ninguna de las anteriores
  - Todas de las anteriores

**Le agradezco por el tiempo que le dedico al hacer esta encuesta.**

## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Conia Marcela González Leal

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1032415583 de Bogotá

Nombre Completo Diana Carolina Nieto Montaña

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 1020720395 de Bogotá

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Importancia de la traducción en el Sector Industrial Gráfico en Bogotá a la luz del TLC con Estados Unidos.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Gina Marcela González León</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Diana Carolina Niño Montaña</u>
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: <u>[Firma]</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1032415583</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1020720395</u>
FACULTAD: <u>Lenguas Modernas</u>	FACULTAD: <u>Lenguas Modernas</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Pregrado</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Pregrado</u>

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 29 de Enero del 2013