



INSTITUTO DE GOBIERNO Y DE GESTIÓN PÚBLICA
SECCIÓN DE POSGRADO

**LA INFLUENCIA DEL ACUERDO DE PROMOCIÓN
COMERCIAL PERÚ – ESTADOS UNIDOS EN LA
EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN EN EL PERÍODO COMPRENDIDO**

DEL 2011 AL 2018

**PRESENTADO POR
TERESA EMILIA CHUMPITAZ GARCÉS**

**ASESORA
ANA MARIA ÁNGELES LAZO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN RELACIONES
INTERNACIONALES Y COMERCIO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
RELACIONES INTERNACIONALES Y COMERCIO**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



INSTITUTO DE GOBIERNO Y DE GESTIÓN PÚBLICA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

“LA INFLUENCIA DEL ACUERDO DE PROMOCIÓN COMERCIAL PERÚ –
ESTADOS UNIDOS EN LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN EN EL PERÍODO COMPRENDIDO DEL 2011 AL 2018”

PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRO EN
RELACIONES INTERNACIONALES Y COMERCIO

PRESENTADO POR:

TERESA EMILIA CHUMPITAZ GARCÉS

ASESORA:

DRA. ANA MARIA ANGELES LAZO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: RELACIONES INTERNACIONALES Y COMERCIO

LIMA, PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis padres, Jesús y Anita, por darme la vida y enseñarme siempre a salir adelante y luchar por mis sueños, sin ustedes no sería nadie.

A mis hijos José Eduardo y José Ernesto por ser el incentivo perfecto para ser mejor persona cada día...los amo!

A mi esposo Joseph por brindarme su amor, amistad pero sobretodo apoyo durante esta desafiante y gratificante etapa de la investigación.

Pero en especial a ti, Mamita, por tus sabias enseñanzas de vida las cuales he volcado y volcaré en mis proyectos personales y profesionales ...te amo!

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminarme y sostenerme en este largo camino de la superación personal y académica.

A mis maestros y autoridades del Instituto de Gestión Pública y Gobernabilidad por su apoyo y enseñanzas impartidas.

A mi asesora Ana Ángeles Lazo por su prolija orientación en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	
1.1 Antecedentes de la investigación	14
1.2 Bases Teóricas	33
1.3 Marco Conceptual	41
CAPITULO II: PREGUNTAS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	
2.1 Matriz de operacionalización de variables	54
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1 Diseño metodológico	58
3.2 Diseño muestral	61
3.3 Técnicas de recolección de datos	62
3.4 Técnicas de gestión y estadísticas para el procesamiento de la información	64
3.5. Aspectos éticos	65
CAPITULO IV: RESULTADOS Y PROPUESTA DE VALOR	
4.1 La influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos	66
4.1.1 Subcontratación de traductores e intérpretes	67
4.1.2 Especialización del personal encargado de prestar servicios de traducción e interpretación	75
4.1.3 Diversificación de servicios	77
4.2 Exportación de servicios de traducción e interpretación	78
4.2.1 Capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero	79
4.2.2 Capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación	84
4.2.3 Utilidad por las exportaciones de servicios de traducción e interpretación	86
4.3 Propuesta de Valor	87

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	90
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	98
FUENTES DE INFORMACIÓN	100
ANEXOS	
A. Matriz de Consistencia	
B. Validación del Instrumento	
C. Cuestionario sobre la Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos en la Exportación de Servicios de Traducción e Interpretación, 2011 - 2018	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°		
01	Exportaciones e Importaciones	18
02	Exportaciones e Importaciones de Servicios	22
03	Lugar de Nacimiento	64
04	Edad	65
05	Nacionalidad	66
06	Estado Civil	66
07	Nivel de Instrucción	67
08	Ocupación Principal	68
09	Años de Experiencia	68
10	Principal Ocupación Comercial	69
11	Ejercicio de la Profesión	70
12	Personal a cargo	70
13	Mes de mayor demanda	71
14	Mes de menor demanda	72
15	Idioma de Trabajo	72
16	Evento a interpretar	73
17	Servicio adicional o complementario	74
18	Forma de trabajo para los servicios complementarios	75
19	Años de experiencia como exportador	76
20	Servicio más exportable	77
21	Destino de las exportaciones de servicios de traducción e interpretación	78
22	Criterios para la oportuna atención del cliente extranjero	78
23	Tiempo de atención al cliente extranjero	79
24	Medios de comunicación para atender al cliente extranjero	80
25	Estrategias en caso de no haber atendido oportunamente al cliente extranjero	80
26	Recursos administrativos y operativos para exportar	81
27	Aspectos de la capacidad operativa a ser fortalecidos	82
28	Utilidad por las exportaciones	83

RESUMEN

El presente trabajo de investigación centra sus objetivos en determinar la influencia del Acuerdo de Promoción Comercial entre Perú y EE.UU. en la exportación de servicios de traducción e interpretación en el período comprendido del 2011 al 2018.

Para alcanzar dichos objetivos, se contó con una población de 24 traductores e intérpretes que exportan sus servicios de traducción e interpretación, así como servicios complementarios.

Las técnicas de recolección de datos, y de gestión y estadísticas para el procesamiento de la información fueron la encuesta y el cuestionario. Estos permitieron recopilar información referente a la subcontratación de traductores e intérpretes, la especialización del personal encargado de prestar servicios de traducción e interpretación, la diversificación de servicios, la capacidad de respuesta al cliente extranjero, la capacidad operativa y la utilidad del exportador de servicios de traducción e interpretación.

Palabras claves: APC Perú – EEUU, exportación de servicios, traductor, intérprete.

ABSTRACT

This research focuses on determining the influence of the Peru – United States Trade Promotion Agreement on the exports of translation and interpreting services from 2011 to 2018.

In order to fulfill this goal, a population sample of 24 translators and interpreters, who exporting translation and interpreting services, and similar services, was studied.

The data collecting and statistical proceeding techniques were the interview and the questionnaire. Both were necessary to collect information related to outsourcing of translators and interpreters, specialization of personnel rendering translation and interpreting services, diversification of services, response capacity to the foreign customer, operation capacity and incomes of the exporter of translation and interpreting services.

Key words: Peru – US TPA, service exports, translator, interpreter.

INTRODUCCIÓN

El comercio se ha convertido para cualquier país en una actividad esencial ya sea a nivel nacional o internacional. Precisamente, es en este nivel que se constata la participación dinámica pero sobre todo la constante apertura de tantos mercados mundiales o economías que se preocupan por interrelacionarse vendiendo (exportando) y comprando (importando) bienes y servicios en mercados que, gracias a los acuerdos internacionales, resultan cada vez más accesibles.

Transportar un producto de un país a otro resulta una idea fácil de entender por el mismo hecho que se trata de algo tangible. No obstante, en el caso de los servicios, propiamente del comercio de servicios, esta idea presenta una serie de aristas. Una de ellas tiene que ver con la falta de un concepto globalmente aceptado, lo que ha significado uno de los principales obstáculos al momento de establecer sistemas de clasificación y cuantificación para los servicios. Asimismo, la ausencia de una definición ha originado que resulte muy limitada la comparabilidad de las estadísticas entre países. Durante los últimos años la naturaleza de los servicios ha cambiado, así como sus características afectando su comercialización. Los

servicios son intangibles, heterogéneos, e inseparables de la producción volviéndose difíciles de monitorear, medir y tributarlos; también son perecederos y no almacenables, por lo que la producción y el consumo deben ocurrir en tiempos y lugares similares; carecen de propiedad después de la prestación en general; y finalmente son multimodales y altamente diferenciados, lo que hace que en muchas ocasiones se diseñen para el proveedor. Entonces, la falta de una definición única sobre servicios y la escasa estadística de este sector pueden repercutir en la trayectoria de desarrollo de los países.

Por muchas décadas, fueron principalmente las exportaciones de mercancías tales como el salitre, el cobre y el caucho las que determinaron el crecimiento económico de países como el Perú. Sin embargo, no existen sino hasta los años ochenta datos sobre si el Perú exportaba también servicios. Desde entonces, las exportaciones peruanas de servicios han mostrado un fuerte dinamismo promoviendo el desarrollo del recurso humano, el cual resulta crucial para el desarrollo del país. El sector de servicios es de gran importancia no solo por el rápido desarrollo que viene demostrando, sino también porque en muchos casos forman parte de los insumos esenciales en la producción de bienes y de otros servicios. Por lo tanto, resulta importante identificar aquellos sectores con grandes posibilidades de integrarse y de tener mayor participación en los mercados internacionales. Uno de ellos, por experiencia personal y profesional, son los servicios de traducción e interpretación.

En la actualidad, y debido a la globalización, la presencia y el desempeño del traductor e intérprete en la sociedad surgen de la necesidad de ampliar los horizontes de la comunicación interlingüística. Las sociedades buscan resolver las interferencias lingüísticas que justamente ponen de manifiesto que los idiomas, como el inglés por ejemplo, aún constituyen un obstáculo o muralla para que las personas puedan comunicarse. Es por esta razón que día a día se acrecienta la necesidad de contar con traductores e intérpretes profesionales que garanticen una comunicación oportuna y eficaz.

Para analizar la problemática de la exportación de los servicios de traducción e interpretación, partiré señalando que la traducción y la interpretación, como procesos y productos en sí, son actividades comerciales que en los últimos cincuenta años han demostrado encontrarse presentes en los sectores productivos del país complementando, de esta manera, el desarrollo de bienes y otros servicios. Son cada vez más los traductores e intérpretes profesionales que se han incorporado en instituciones públicas y privadas ya sea como dependientes, independientes (*freelancer*) y/o proveedores de servicios de traducción e interpretación. Estos últimos constituyen en nuestro país empresas de traducción e interpretación conocidas comúnmente como agencias, estudios u oficinas de traducción en donde brindan no sólo dichos servicios, sino también servicios complementarios a estos tales como doblaje, subtitulado, edición y corrección de estilo, transcripción, entre otros. No obstante, al momento de iniciar la internacionalización de

sus servicios, los traductores e intérpretes no ven con mucha claridad el dinamismo de la exportación de servicios justamente por la falta de un perfil del exportador de servicios y del cliente extranjero, el poco desarrollo de estudios de mercado actualizados (demanda de servicios y oferta exportable) y la ausencia de estrategias para el fortalecimiento de la industria peruana de traducción e interpretación.

Si bien la formación académica del traductor e interprete en el Perú no contempla fuertemente el desarrollo de cursos relacionados con emprendimiento empresarial y comercio de servicios, el traductor e interprete profesional, egresado de universidad o instituto superior, ha logrado insertarse en el competitivo mundo empresarial cumpliendo con los requerimientos de los clientes nacionales y extranjeros en materia de calidad, puntualidad, confidencialidad, profesionalismo y precios. Al respecto, cabe señalar que de los indicadores mencionados, dos resultan ser determinantes para el cliente extranjero ya que a pesar de la distancia, la diferencia horaria y los cargos por transferencias bancarias, las traducciones e interpretaciones peruanas son ampliamente solicitadas justamente por cumplir con los *deadlines* y tener precios altamente competitivos en el mercado internacional.

Por otro lado, el traductor e interprete que exporta sus servicios no cuenta con datos estadísticos sobre el sector, lo que podría significar una falta de interés por parte de los gremios profesionales, asociaciones, universidades, institutos y otras instituciones para analizar el desarrollo de las

exportaciones de servicios de traducción e interpretación en el Perú, aún cuando se sabe que nuestro país tiene en su agenda de política exterior seguir promoviendo su oferta exportable de servicios y negociándola a nivel multilateral y bilateral con las economías más desarrolladas. Es por esta razón que resulta más que necesario desarrollar estudios como el presente trabajo de investigación en donde, a partir de la suscripción e implementación de tratados de libre comercio como el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos, se pueda analizar entre otros aspectos la utilidad, la capacidad de respuesta al cliente extranjero, y la capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación.

Los puntos anteriormente descritos exponen un panorama general de la exportación peruana de servicios de traducción e interpretación en el marco de la implementación del Acuerdo de Promoción Comercial Perú y Estados Unidos por lo que el presente trabajo de investigación busca responder las siguientes interrogantes:

Problema General

¿De qué manera el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos ha influido en la exportación de servicios de traducción e interpretación durante el período comprendido del 2011 al 2018?

Problemas Específicos

- ¿Qué indicadores académicos y socio-profesionales se toman en cuenta para la subcontratación de traductores e intérpretes?
- ¿En qué se ha especializado el personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación?
- ¿Cómo ha diversificado sus servicios el exportador de servicios de traducción e interpretación?
- ¿Qué indicadores se toma en cuenta para atender al cliente extranjero que solicita los servicios de traducción e interpretación desde el Perú?
- ¿Cuál ha sido la capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación?
- ¿Cuál ha sido la utilidad del exportador de servicios de traducción e interpretación?

En este sentido, el objetivo general del presente trabajo de investigación es

Objetivo General

Determinar la influencia que el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE.UU ha ejercido en la exportación de servicios de traducción e interpretación durante el período comprendido del 2011 al 2018.

Objetivos específicos

- Establecer indicadores académicos y socio-profesionales para la subcontratación de servicios de traducción e interpretación.

- Conocer la especialización del personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación.
- Conocer la diversificación de servicios por parte del exportador de servicios de traducción e interpretación.
- Establecer la capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero.
- Conocer la capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación.
- Conocer la utilidad del exportador de servicios de traducción e interpretación.

Justificación de la investigación

Con las preguntas y los objetivos de investigación planteados, ahora toca exponer la importancia y viabilidad de la presente investigación:

- **Importancia de la investigación**

Si bien el tema de exportación de servicios de traducción e interpretación ha sido disertado por la investigadora en diferentes eventos sobre traducción e interpretación en Lima y provincias, es la primera vez que dicho tema se desarrolla siguiendo los criterios de un trabajo de investigación. Pudo haberse evaluado la influencia que otros acuerdos comerciales ejercen sobre la exportación de servicios de traducción e interpretación, empero, no fue así. Se eligió al Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos no sólo por tratarse de la suscripción e

implementación que nuestro país, el Perú, logró con la economía más grande y fuerte del mundo, sino también por descubrir las implicancias comerciales que lleva negociar con un “grande” cuando eres una economía “pequeña”.

Esta investigación se reviste de gran importancia por tres razones. En primer lugar, constituye la primera fuente de consulta bibliográfica relacionada con la exportación de servicios de traducción e interpretación, que permitirá a toda la comunidad de traductores, intérpretes y especialistas afines a estas dos actividades (terminólogos, revisores y correctores de estilo, docentes, etc.) disponer de la metodología que se desarrolló y de los resultados que se obtuvieron del presente estudio. En segundo lugar, contribuye con el conjunto de investigaciones relacionadas con el comercio de servicios y el papel influyente del APC Perú-EEUU en este sector logrando que profesionales de otras áreas también la consulten. Y la tercera razón tiene que ver con la utilidad que los proveedores de servicios de traducción e interpretación le brinden a los resultados obtenidos de la investigación con el fin de alimentar una base de datos estadísticos relacionada con la exportación de servicios, la cual ayudará para que se proyecten comercialmente no sólo a economías como la estadounidense, sino al resto del mundo.

- **Viabilidad de la investigación**

Poco hizo suponer que un trabajo monográfico para el curso “Tratados de Libre Comercio” de la Maestría de Relaciones Internacionales y Comercio

en el 2008 se cristalizara, años más tarde, en un importante trabajo de investigación. No fue sencillo pero tampoco imposible.

Cabe señalar que la investigadora sí contaba con los insumos para desarrollar la presente investigación. El conocimiento práctico y la experiencia profesional sobre la exportación peruana de servicios de traducción e interpretación a mercados como el chileno y el europeo resultaban no sólo familiar sino también oportuno para la elaboración del presente trabajo de investigación. El acceso a la información sobre el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos y el comercio de servicios, que se encuentra en idiomas como el inglés, francés y español, permitieron que la investigación se vaya enriqueciendo con importantes y modernas teorías. Asimismo, con el fin de conocer y contextualizar el comportamiento actual del comercio de servicios entre el Perú y los Estados Unidos, se entrevistó a dos expertos sobre exportación de servicios profesionales, uno labora en la Cámara Peruano Americana - AMCHAM y el otro en PROMPERÚ. Además, se asistió a las dos últimas cumbres en materia de exportación de servicios realizadas en Lima: *Peru Service Summit* con la finalidad de recopilar información sobre la exportación de servicios en otras áreas. Asimismo, se accedió a las bibliotecas virtuales de varias universidades peruanas y extranjeras, así como a la biblioteca central de la Universidad San Martín de Porres para recabar información sobre el objeto de estudio. Finalmente, con respecto a las fuentes bibliográficas consultadas, sólo una se encontraba indirectamente relacionada con la exportación peruana de servicios de

traducción e interpretación: Estudio Económico sobre las Compañías Lingüísticas Canadienses: Traducción, Interpretación y Formación en Idiomas. El resto de la literatura sólo trataba de los servicios de traducción e interpretación y su problemática, más no de la exportación de los mismos.

Limitaciones de la investigación

En lo que respecta a las limitaciones de la presente investigación, se puede mencionar que no se logró obtener materiales de consulta que estuvieran directamente relacionados con el tema de la exportación peruana de servicios de traducción e interpretación. Solo existen estudios relacionados con los servicios de traducción e interpretación en Lima y provincias, más no con su exportación. Ni los gremios ni asociaciones que congregan a cientos de traductores, intérpretes y especialistas afines a estas dos actividades se han preocupado por investigar y recopilar información estadística al respecto durante los últimos años. Tampoco lo han hecho los egresados y docentes de la carrera profesional de traducción e interpretación en las cuatro universidades ubicadas en Lima. Sin embargo, estas limitaciones que se desprenden de la falta de investigaciones referentes al tema de estudio, exportación peruana de servicios de traducción e interpretación, han sido superadas en cierto modo con las bases teóricas y metodologías utilizadas para las investigaciones exploratorias; es decir, aquellas investigaciones relacionadas con los servicios de traducción e interpretación tales como informes económicos

sobre los servicios de traducción e interpretación en los Estados Unidos y Canadá, diagnósticos sobre la traducción de planta en Lima y estudios del perfil del traductor e interprete en Colombia y Camerún han servido como referencia para realizar la estructura del trabajo de investigación. De este modo, se pudo crear un marco de referencia o punto de partida que guiara la presente investigación. Finalmente, el tiempo también ha jugado muchas veces un papel en contra para la pronta culminación de este trabajo de investigación, ya que para poder investigar no basta con las impetuosas motivaciones académicas y profesionales.

Con fines metodológicos, el presente trabajo de investigación se ha planteado con un enfoque cuantitativo, ya que se enfoca en aspectos y objetivos de medición cuantitativa. Es un estudio de nivel descriptivo con un diseño no experimental, específicamente seccional descriptivo ya que no se manipulan ni modifican las variables de investigación. Para este trabajo de investigación se han utilizado las competencias y los enfoques metodológicos adquiridos durante el estudio de la Maestría de Relaciones Internacionales y Comercio. En cuanto a su estructura, el presente trabajo de investigación está compuesto de cinco (05) capítulos. En el primer capítulo, Marco Teórico, se describen los antecedentes de la investigación los cuales hacen referencia a las investigaciones actualizadas sobre el mercado de la traducción e interpretación nacional e internacional y la exportación de servicios profesionales en el mundo. Asimismo, se construyen las bases teóricas que serán las que sustenten el enfoque relacionado con la exportación de servicios de traducción e interpretación.

Por otro lado, los principales términos que serán utilizados en la investigación tales como variables, dimensiones e indicadores se definen conceptualmente con el fin de proponer un significado acorde con las disciplinas de exportación y traducción.

En el segundo capítulo, Preguntas y Operacionalización de Variables, se construye la Matriz de Operacionalización de las Variables dependiente e independiente a partir del análisis de la información sobre el APC Perú – Estados Unidos y la exportación de servicios de traducción e interpretación.

El tercer capítulo, Metodología de la Investigación, comprende el diseño metodológico, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, las técnicas de gestión y estadística para el procesamiento de la información y los aspectos éticos, como procesos en donde se detallan los pasos que se siguieron para obtener la información sobre el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos y la exportación de servicios de traducción e interpretación, la manera en la que la información fue procesada, el detalle y metodologías de los instrumentos de gestión que se utilizaron durante el desarrollo del trabajo de investigación, entre otros aspectos.

El cuarto y quinto capítulo, Resultados y Discusión, son los más importantes del trabajo de investigación ya que, en el primer caso, los resultados incluyen las propuestas y la data obtenida en el estudio que contribuyen a dar respuesta a los problemas y objetivos de la investigación.

El análisis de estos resultados está dividido en dos secciones: La Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos y la exportación de servicios de traducción e interpretación. En cambio, en la Discusión, se analizan, comparan e interpretan los resultados descritos en el cuarto capítulo con los de otros autores y/o realidades. Asimismo, se resaltan aquellos nuevos e importantes aspectos de la influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos en la exportación de servicios de traducción e interpretación.

Finalmente, se exponen las conclusiones de toda la información recopilada; se proporcionan las recomendaciones para estudios posteriores, así como para instituciones de formación académica, docentes y alumnos de comercio, traducción e interpretación, y se incluyen las fuentes de consulta y los respectivos anexos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

Como parte del proceso de investigación, la construcción del Marco Teórico del presente trabajo de investigación se cimenta en la elaboración de tres componentes fundamentales que se encuentran estrechamente relacionados entre sí: los Antecedentes de la Investigación, la Base Teórica y la Definición de Términos Básicos.

1.1. Antecedentes de la investigación

Los Antecedentes de la Investigación del presente estudio hacen referencia no sólo a la búsqueda de fuentes bibliográficas relacionadas con la exportación de servicios y el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos, sino también a la presentación resumida de la metodología y resultados hallados en dichas fuentes bibliográficas que brindaron el sustento histórico y el conocimiento necesario para comprender dichas materias de estudio. Tomó cerca de seis meses revisar y seleccionar, e incluso actualizar, la literatura más pertinente para plantear y contextualizar el problema de investigación, el cual ha sido tratado a profundidad con el fin de relacionar los conceptos y las proposiciones existentes de estudios anteriores. Esta literatura es, en gran parte, electrónica; sin embargo, una

minoría muy relevante se consultó en las salas de las bibliotecas por ser el único medio disponible.

Fueron varias referencias bibliográficas que fueron tomadas en cuenta para la elaboración de los Antecedentes de Investigación; algunas de las cuales se encuentran indirectamente relacionadas con el tema de investigación; sin embargo, se ha visto conveniente citarlas por contar con modelos de investigación que han sido de gran utilidad para la elaboración del presente trabajo de investigación.

Para López Giral, Dorotea y Muñoz Navia, Felipe (2016), la importancia del sector servicios en el desarrollo económico ha aumentado en las últimas décadas con un progresivo fortalecimiento de su peso en la actividad económica y la generación de empleo; hoy alrededor del 70% del producto mundial es producido por el sector terciario, el cual concentra más del 45% del empleo. Por terciario, entiéndase a todas aquellas actividades que no se dedican a la producción de bienes materiales propiamente dichos, es decir, que excluye las labores del campo, extracción de materiales y las industrias. Pese a lo anterior, el estudio de los servicios ha sido limitado por la ausencia de una definición de consenso sobre los servicios y la dificultad de contar con datos estadísticos que hacen más compleja la posibilidad de estudiar casos en particular para países en desarrollo y, por lo tanto, implementar políticas públicas. Asimismo, estos autores observan que la literatura en torno a los servicios es creciente, pero identifican que son escasos los estudios que relacionan el vínculo entre comercio de servicios y desarrollo.

Para ellos, el comercio de servicios ha demostrado proveer un amplio rango de posibilidades para reducir la pobreza, mejorar el empleo y su calidad, innovar, suavizar los ciclos económicos, atraer inversiones y fomentar la inserción en cadenas de producción, así como diversificar las matrices productivas y exportadoras de los países. Concluyen señalando que el comercio de servicios, su evolución y creciente participación en el desarrollo de los países han abierto un área que requiere un mayor examen y comprensión, es por ello que antes de abordar el actual comportamiento del comercio de servicios de traducción e interpretación en el mercado peruano, nos enfocaremos en describir brevemente la relación comercial entre el Perú y los Estados Unidos, la cual tiene larga data.

A mediados del siglo XIX, primeros años de la Era Republicana, el Perú registra históricamente los primeros casos de un auge exportador en mercancías y materia prima con la venta del guano de las islas a países como Estados Unidos e Inglaterra. Décadas posteriores, llegarían otros booms exportadores para nuestro país con la venta de la lana (1860), caña de azúcar (1870), algodón (1880), salitre (1880) y caucho (1890) a destinos como Europa, haciendo que la economía peruana de aquel entonces ascendiera aunque sea por algunas décadas. Hacia finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX, la extracción y comercialización internacional de metales preciosos, especialmente del cobre, situó al Perú como el principal proveedor de este metal en las potencias europeas. Con estas experiencias exportadoras, en 1969 el Perú junto con otros cinco países de la región (Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Venezuela) pusieron en marcha el

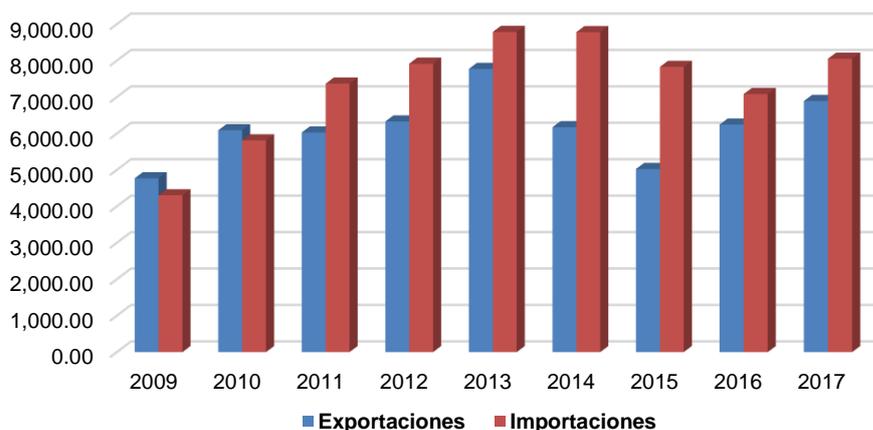
proceso de integración conocido inicialmente como Pacto Andino, el cual casi veinte años después se debilitó por la crisis económica de los 80 y la liberalización económica de los 90 (Granda, 1999). Fruto de esta coyuntura regional, y ante el temible flagelo del narcotráfico, el 4 de diciembre de 1991, los Estados Unidos otorga unilateralmente un régimen de excepción al Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador, la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA, por sus siglas en inglés), con el fin de incentivar las exportaciones mediante el establecimiento de un mercado preferencial que genere fuentes de trabajo alternativas que apoyen la sustitución del cultivo de la hoja de coca y por ende la reducción del narcotráfico. Iniciado el siglo XXI, y vencido el ATPA el 4 de diciembre de 2001, el Congreso de los Estados Unidos aprobó un nuevo texto renovando y ampliando los beneficios del ATPA, que pasó a ser llamada Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA, por sus siglas en inglés) y que se extendió hasta el 31 de diciembre de 2006. Dos años antes, el Perú había iniciado negociaciones para la firma de un Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos, quien a su vez había anunciado, un año antes, su intención de iniciar negociaciones con Colombia, Bolivia y Ecuador para suscribir también un TLC (Quiroz, 2013).

El Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos es un acuerdo comercial de carácter vinculante cuyos objetivos son eliminar obstáculos al intercambio comercial, consolidar el acceso a bienes y servicios y favorecer la captación de inversión privada; incorpora además de temas comerciales, temas económicos, institucionales, de propiedad intelectual, laborales y medio-

ambientales, contrataciones públicas, servicios, políticas de competencia y solución de controversias, entre otros. Fue suscrito el 8 de diciembre del 2005 en Washington D.C. y ratificado por el Perú el 29 de junio de 2006. Asimismo, fue ratificado por el Congreso de Estados Unidos en forma definitiva el 4 de diciembre del 2007. Finalmente, el 1 de febrero del 2009 entró en vigencia luego de que el presidente de George W. Bush de Estados Unidos firmara su implementación el 16 de enero del 2009 en Washington, el mismo día que el Presidente Alan García hiciera lo mismo en Lima. A partir de entonces, específicamente en los últimos nueve años, la relación comercial con este país ha sido positiva, así lo demuestra el Gráfico 1, lo que ha permitido que el Estado peruano, en el tercer trimestre del 2017, promulgue la Ley 30641 “Ley que fomenta la exportación de servicios y el turismo” con la finalidad de fomentar la competitividad de nuestras exportaciones, eliminando las distorsiones administrativas y tributarias que se venían generando a las empresas exportadoras de servicios (Zavala, 2017).

Gráfico No. 1

Exportaciones e Importaciones
Origen y destino: Estados Unidos de América
(en millones de dólares)



Fuente: SUNAT
 Elaboración: Propia

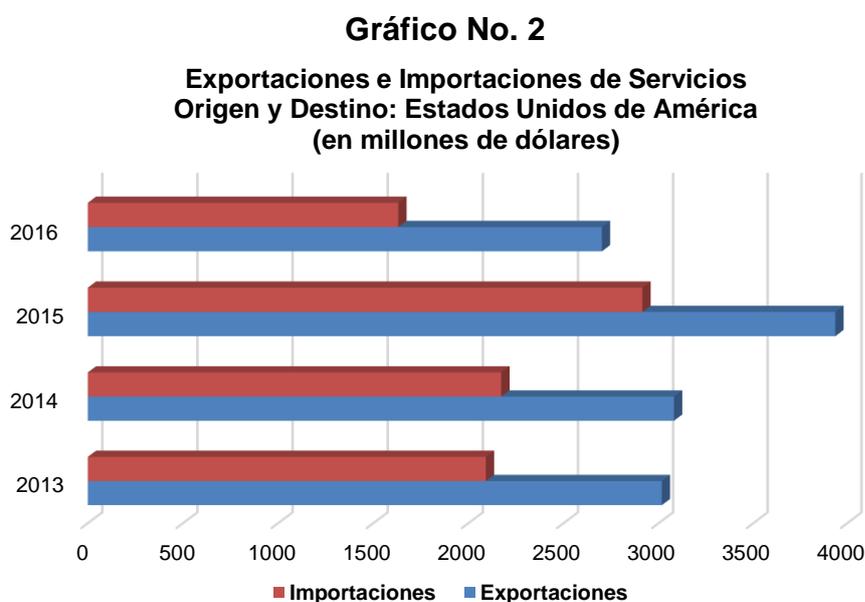
En el trabajo de investigación de Gutiérrez Vizcarra, Oscar (2017:19), “La exportación de servicios en el Perú: realidad y perspectivas”, se abordan los aspectos normativos de la exportación de servicios en el Perú y en el mundo. En el caso de los segundos, Gutiérrez V. analiza la normativa internacional que regula esta actividad sobre la base de acuerdos internacionales: el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS), la Comunidad Andina de Naciones (CAN), los Tratados de Libre Comercio (TLC), el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés), el Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP, por sus siglas en inglés), el Acuerdo de Comercio de Servicios (TISA, por sus siglas en inglés), la Alianza del Pacífico, entre otros acuerdos comerciales. Gutiérrez V., con respecto a los primeros, analiza la legislación nacional sobre la exportación de servicios comentando, principalmente, las normas tributarias, la Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios, el Registro Estadístico de Exportadores de Servicios y Sectores y el Registro Especial de Operadores Turísticos. En este trabajo de investigación, se señala que el Perú se ubica, desde el 2011 a la fecha, en el décimo lugar en el ranking de los principales exportadores de servicios en la Región de América Latina, según el Centro de Comercio Internacional. Asimismo, concluye que la vigencia y futura suscripción de otros acuerdos comerciales le permitirán a nuestro país dar el gran salto para convertirse en protagonista del comercio internacional. Recomienda que se requiere un marco legal y tributario favorable para los exportadores de servicios, por lo que el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) deben dar mayor preferencia a las

funciones de promoción y facilitación tributarias dejando en un segundo lugar la recaudación, la fiscalización y la sanción. Propone la restitución de la vigencia de la Ley N° 29646: Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios y su posterior reglamentación, la simplificación de la devolución y/o compensación del saldo a favor del exportador, la incorporación de todos los supuestos de exportación de servicios en el Apéndice V del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas y en el Artículo 136 del Impuesto Selectivo al Consumo para evitar confusiones, el otorgamiento de un incentivo parecido al *Drawback* pero orientado a los exportadores peruanos de servicios, la implementación de un sistema similar a la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) que facilite los trámites en este sector y la pronta vigencia de la devolución de impuestos en favor de los turistas extranjeros que visitan nuestro país.

Por su parte, Victor Zavala (2017:19) en su informe legal de la Cámara de Comercio de Lima resume una regla que es muy simple: no es posible exportar impuestos al exterior. Desde el 1 de setiembre del 2017 son dos las condiciones para calificar a una operación como exportación de servicios. La primera consiste en que el exportador debe estar inscrito previamente en el registro de exportadores creado por la SUNAT; y la segunda, las operaciones deben cumplir los siguientes cuatro requisitos establecidos en la ley para que califiquen como exportación de servicios transfronterizos (no gravados con el IGV): i) se presten a título oneroso desde el país hacia el exterior, lo que se acreditará con el comprobante de pago y el Registro de Ventas e Ingresos, ii) el exportador (prestador del servicio) sea una persona

domiciliada en el país, iii) el usuario o beneficiario del servicio sea una persona no domiciliada, y iv) el uso, explotación o aprovechamiento de los servicios por parte del no domiciliado tenga lugar en el extranjero. Debe demostrarse, conforme al contrato entre el exportador peruano y el usuario del exterior, que el primer acto de disposición del servicio (beneficio económico inmediato) ocurre en el exterior, en este caso en los Estados Unidos.

Como se explicó con anterioridad, las exportaciones e importaciones de mercancías peruano – americanas tienen larga data. Así lo demuestran las estadísticas presentadas por las instituciones públicas y privadas del Perú y de los Estados Unidos. Sin embargo, en lo que respecta a sus exportaciones de servicios, la información estadística investigada registra datos a partir del año 2013 como lo demuestra el siguiente gráfico:



Fuente: Trade Map
Elaboración: Propia

En lo que respecta a estadísticas sobre exportación de servicios peruanos de traducción e interpretación hacia el exterior, y en particular a los Estados Unidos, no se encontró evidencia estadística alguna, así como tampoco de éste país hacia el Perú; no obstante, se logró recopilar información para poder plantear y desarrollar el sustento teórico sobre los servicios de traducción e interpretación, el cual servirá posteriormente para analizar, sistematizar e interpretar los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los exportadores peruanos de servicios de traducción e interpretación.

Las actividades de traducción e interpretación forman parte de la Clase 7490 – Otras actividades profesionales, científicas y técnicas de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU, Revisión 4), la misma que comprende gran variedad de actividades de servicios que se prestan por lo general a clientes comerciales, asimismo, abarca las actividades para las que se requieren niveles de conocimientos profesionales, científicos y técnicos más avanzados, pero no las funciones corrientes que son habitualmente de poca duración (INEI, 2010). No obstante, hasta antes del año 2010, la CIIU Revisión 3 designaba con una clase específica (7499) a las actividades de traducción e interpretación junto con otras actividades. Para la CIIU Revisión 4, no sólo este código, sino otros fueron agrupados en uno nuevo (7490): Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p. haciendo que los servicios de traducción e interpretación no puedan distinguirse de las demás actividades con las que fueron agregadas.

Antes de dar a conocer las características de los servicios de traducción e interpretación, resulta pertinente precisar a qué se refiere cada una de estas dos actividades. Entiéndase por traducción al proceso, así como al producto que se obtiene por expresar en una lengua lo que está escrito antes en otra (DRAE, 2018). En el caso de la interpretación, se trata de una acepción similar: expresar oralmente en una lengua lo que se ha dicho antes en otra. Si bien ambas definiciones no se contraponen en magnitud, para los fines del presente trabajo de investigación, la explicación conceptual de estas dos actividades ayudó a contextualizar el problema de investigación.

Los artículos científicos de Wilson García (2011) y Carlos Franco (2011) coinciden que debido a la globalización el ejercicio de la traducción e interpretación se ha convertido en una necesidad inminente para el mundo empresarial. En el primer caso, la investigación cualitativa que el autor realizó sirvió para identificar las necesidades de traducción en una empresa publicitaria en Colombia, TV3 LTDA, con las que posteriormente se generó la propuesta de servicios de un sistema organizacional en base a los elementos con los que cuenta la empresa. Los instrumentos utilizados para la recolección de información consistieron en reunir los documentos que la empresa necesita traducir, y en entrevistar a los miembros de la empresa que alguna vez se han enfrentado a un proceso de traducción dentro de la empresa (2011:68). Los resultados arrojaron que, al optimizar los procesos de traducción y gestión de la traducción, la compañía ahorraría tiempo y recursos evitando que dichos procesos se lleven a cabo de manera diferente sin la garantía de contar con un producto de calidad que satisfaga la

necesidad de la empresa. Asimismo, se evidenció que es necesario que el traductor salvaguarde la disciplina y no caiga en el círculo que Montes denomina *dumping* de precios, el cual se da gracias a la interacción de tres factores: una gran demanda del servicio, una alta competencia y la necesidad de las empresas de reducir costos. Finalmente, encontraron que existen diferentes aspectos socioculturales y socioeconómicos que aparecen a partir de la estrecha relación de la traducción con la publicidad (2011:69). Con respecto al artículo de Carlos Franco, el cual incluye un estudio realizado por el autor para optar el grado de Maestro en Traducción Económica, Financiera y de Negocios Internacionales, la muestra de 26 empresas colombianas de diferentes sectores económicos le reveló el papel determinante que los procesos de comunicación organizacional tienen para la empresa, específicamente los servicios de traducción. Con esta metodología de trabajo planteada en la Universidad EAN de Colombia, el autor buscó generar conciencia en los traductores del medio con respecto a la profesionalización o especialización de la traducción en las áreas económica, financiera y de negocios internacionales (2011:125). Entre los diversos datos que se evidencian del sondeo realizado a las empresas colombianas, el 42% requiere servicios de interpretación para sus reuniones de negocios o eventos. El 32% manifestó requerir servicios de traducción en negociaciones y contactos internacionales. De las 26 empresas, 14 señalaron contar con un traductor *freelance*, mientras que 5 manifestaron contratar los servicios de una empresa de traducción. Estas empresas utilizan fundamentalmente personal interno de la empresa para traducir y corregir documentos. Adicionalmente, este estudio muestra que los factores

más importantes al contratar servicios de traducción y corrección de estilo son la calidad, seguido de la rapidez y luego el precio del servicio prestado. Casi un 50 % de las empresas encuestadas someten los documentos traducidos a un proceso de corrección de estilo. Cabe señalar que las actividades que acompañan a la prestación de servicios de traducción e interpretación son: corrección de estilo, revisión y edición, doblaje y subtitulado, transcripción, localización, trabajo terminológico, supervisión y coordinación de proyectos de traducción e interpretación, redacción de documentos en idiomas distintos al español, enseñanza de idiomas, traducción, teoría de la traducción, entre otras.

En el caso de estudio de Sakwe George Mbotake (2015), los cuestionarios aplicados a 36 traductores dependientes e independientes en Camerún sirvieron para validar la hipótesis de la implicancia pedagógica de los múltiples roles lingüísticos impuestos por las tendencias del mercado cambiante. Los resultados del estudio que se encuentran divididos en cinco componentes: perfil del traductor profesional, capacitaciones anteriores, competencia traductora, materiales y actividades idiomáticas específicas (*add-ons*), recomendaciones, creencias teóricas y experiencia revelan que al 70% de los traductores profesionales se les solicita traducir a idiomas B, en los que son perfectamente fluidos, el 44% respondió que los componentes más importantes de la competencia comunicativa es el conocimiento cultural, el 95% manifestó no estar familiarizado con las herramientas de traducción asistidas por computadora (CAT tools, por sus siglas en inglés) ni con los bancos terminológicos. La mayoría de los entrevistados, 66%, indicó que

realiza diversas actividades idiomáticas específicas, siendo el trabajo terminológico el más efectuado. (2015:93) Con estos resultados se sustenta la razón por la que a los traductores actualmente se les denomina proveedores de servicios idiomáticos. Las nuevas actividades que realizan están afectando rápidamente la definición de nuevos perfiles para la práctica moderna de la traducción y teniendo implicancias en la formación del traductor. Los resultados confirman que el trabajo del traductor va más allá de la mera traducción y que la enseñanza de nuevas habilidades debe tomar idealmente en cuenta el idioma para el curso de formación de traductor en el marco de enfoques basados en la competencia. George Mbotake concluye que la principal solución a este debate deberá determinar cómo puede ser estudiada la traducción e impartida sin caer en la trampa del reduccionismo. (2013:97)

En el estudio “El mercado de la traducción de planta en Lima” (2016), se realizó una investigación exploratoria de tipo cualitativo que consistió en entrevistar a 14 traductores egresados de la carrera de Traducción e Interpretación de las universidades UNIFE y Ricardo Palma dedicados a la traducción de áreas como la minería e industrias, laboratorios médicos, educación y propiedad intelectual. (2016:167). Los autores, Escobedo y Garvich, organizaron el análisis de los resultados en dos dimensiones: el perfil del traductor de planta y la labor que realiza. En la primera parte del análisis de los datos referentes al perfil del traductor de planta, se desarrollaron aspectos como la motivación para ser traductor, la experiencia de iniciarse como traductor de planta y su situación laboral. La segunda

parte del análisis que se ocupó de los datos referentes a la labor del traductor de planta comprendía el enfoque de las competencias del traductor de planta, las actividades que realiza y las ventajas y desventajas de ser traductor de planta. (2016:175). La metodología planteada en el presente estudio se caracterizó por presentar algunas respuestas de los entrevistados en el orden de los aspectos anteriormente descritos. De los 14 traductores entrevistados, 11 declararon encontrarse satisfechos con los sueldos que reciben, y que oscilan entre los US 430 y 1450 dólares al mes. La mayoría de los traductores entrevistados tenían contratos indefinidos y coincidían en que la profesión se encuentra muy poco difundida y, por ello, hay poco conocimiento y valoración de ella. Se descubrió la falta de un área específica para los traductores dentro de la empresa, así como la falta de comprensión en la cantidad de tiempo que les lleva traducir. Todos los participantes concluyeron que las competencias básicas son la lingüística, que se basa en el dominio de las lenguas de trabajo: el español y el inglés. Asimismo, los datos revelaron que las habilidades blandas, se encuentran presentes en la labor del traductor de planta. Indicaron que estas habilidades son entendidas como las escalas de valoración con las que una persona toma decisiones en su vida o reacciona frente a diversas situaciones y actitudes. En el caso del traductor de planta, se debe desarrollar la habilidad del control y manejo de emociones para trabajar con una diversidad de profesiones y lidiar con las presiones de los plazos de entrega frente a la demanda de encargos. Respecto de los resultados obtenidos sobre las actividades que realizan los traductores, todos se dedican a desarrollar otras tareas más allá de traducir: interpretar, revisar textos, apoyo en la comunicación y algunas actividades

secretariales. Y el último resultado se enfoca en las ventajas y desventajas de ser un traductor de planta. Para los participantes, una de las ventajas más destacadas es la estabilidad económica que les genera recibir un sueldo fijo todos los meses, así como beneficios sociales, un seguro de salud, el aporte a un fondo de pensiones, entre otras; mientras que una fuerte desventaja de ser traductor de planta es la imposibilidad de cobrar por traducciones o número de palabras. (2016:184)

En el Informe de Investigación de Mercado de los Servicios de Traducción - Proyecciones 2022 (*Translation Service Market Research Report - Forecast 2022*) desarrollado por la consultora *Market Research Future* (2018), el mercado mundial de los servicios de traducción se encuentra segmentado por tipo de servicio (traducción, interpretación, otros), tipo de operación (traducción técnica o traducción asistida), componente (hardware and software), región (Norteamérica, Europa, Asia Pacífico y resto del mundo) y aplicación (comercial, automotriz, TI y Telecomunicaciones, salud, gobierno y otros). El informe estima que el mercado mundial de los servicios de traducción crece a una escala prometedora para los próximos años. El análisis geográfico del mercado de los servicios de traducción abarca Norte América, Europa (incluyendo Rusia), Asia Pacífico (incluyendo Australia y Nueva Zelanda) y el resto del mundo (incluyendo el Medio Oriente, África, y Sudamérica). En todas las regiones, el mercado se encuentra predominantemente dominado por la alta demanda de servicios de traducción que solicitan las agencias de gobierno y seguridad. Debido al aumento del crimen y terrorismo en el mundo, las agencias de servicio de

seguridad gubernamentales han comenzado a utilizar servicios de traducción con el fin de identificar e interpretar los mensajes y señales de radio. Los Estados Unidos tiene una importante participación por el reciente cambio de gobierno y su rigor contribuyendo con gran parte del crecimiento del mercado, especialmente en los servicios de traducción gubernamentales. En esta parte del mundo, más del 60% de las empresas más influyentes ofrecen sus servicios en este mercado innovando e invirtiendo en investigaciones y desarrollo para un portafolio rentable. Recientemente han surgido fusiones y adquisiciones entre los actores clave con la esperanza de que las entidades comerciales fortalezcan su alcance con los clientes. La región de América del Norte es seguida de Europa en la atención de servicios de traducción. Se espera que para los próximos años Asia - Pacífico se convierta en una región de rápido crecimiento por iniciativas del gobierno. El informe concluye que el factor que afecta el crecimiento de este mercado es la progresiva aplicación de características para el análisis y creciente utilización de avanzados servicios de traducción.

En marzo de 2012, Rob Sentz publicó en <https://www.economicmodeling.com/> un informe industrial sobre los servicios de traducción e interpretación en los Estados Unidos, los cuales desde el 2007 han crecido en cerca del 50%. Para el 2012, existían cerca de 3 000 establecimientos o centros de trabajo que brindaban servicios de traducción. Del 2007 al 2011, la industria creó más de 7 000 puestos de trabajo, pero para el 2012 aparecieron cerca de 22 000. Más del 60% de las personas empleadas en este sector son mujeres y más del 50% son empleados

jóvenes con edades entre los 25 y 44 años. Asimismo, el informe revela que California es claramente quien concentra el mayor número de proveedores de servicios de traducción con 4 330 empleados y 1 500 nuevos puestos de trabajo, lo que equivale al 52% del crecimiento. Además, California tiene una concentración per cápita superior de servicios de traducción (1.69 LQ) en comparación con los estados promedio (1.00 LQ). Los siguientes estados que siguen en la lista son Nueva York, Texas, Virginia y Florida. Los servicios de traducción emplean a más de 1 000 en cada estado. Virginia creció en 144% a partir del 2007 y tiene la cifra de ingresos más alta de la industria con más de US\$ 100 000 por año. Esto se debe probablemente a la cercanía con la capital de la nación. Con un coeficiente de localización nacional (*National Location Quotient* - LQ) por encima de 2.0, Maryland y Oregón tienen la más alta concentración de servicios de traducción. Este LQ denominado también Especialización Relativa Qij representa la relación entre la participación del sector “i” en la región “j” y la participación del mismo sector en el total nacional/regional. El informe culmina dando a conocer que Utah ha tenido el crecimiento porcentual más rápido desde el 2007 (220%).

Otra importante referencia bibliográfica la constituye el Estudio Económico sobre las Compañías Lingüísticas Canadienses: Traducción, Interpretación y Formación en Idiomas (*Survey of Language Industry Companies in Canada: Translation, Interpretation and Language Training*) elaborada por *Industry Canada* y publicada en Agosto de 2006. Como es bien sabido Canadá es una nación bilingüe con el inglés y el francés como lenguas oficiales en el ámbito federal, razón por la cual desde hace varias décadas realiza

importantes estudios socio – económicos sobre la industria de la traducción e interpretación con el fin no solo de informar sobre su mercado nacional e internacional, sino de fortalecerlo y promocionarlo exponencialmente. Este estudio presenta un análisis de los resultados obtenidos a partir de encuestas aplicadas a 607 empresas comprendidas en el sector de la traducción e interpretación (NAICS 541930) e instituciones educativas de formación en idiomas (NAICS 611630). Según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (*North American Industry Classification System - NAICS*), clasificación que comparten Canadá, Estados Unidos y México para todas las actividades económicas — productivas o no productivas, a la traducción e interpretación le corresponde el código 541930, mientras que a las instituciones educativas de formación en idiomas le corresponde el código 611630. Hay que precisar que en el estudio no se consideraron a los traductores e intérpretes independientes, así como tampoco instituciones educativas de formación en idiomas públicas, oficinas de traducción del gobierno ni departamentos de traducción de grandes compañías. Los datos revelan que el 63% de las empresas encuestadas ofrecen servicios de traducción, el 41% formación en idiomas, 17.1% servicios de consultoría lingüística, y 16.8% servicios de interpretación. En total, las empresas generan ventas por \$ 410 millones, en donde el sector de traducción produce \$174.6 millones (43.1%) y el de formación en idiomas \$229.5 millones (56.9%). (2006:iii). Aproximadamente el 25% de los ingresos (\$103.5 millones) proviene de las exportaciones. Sin embargo, el número de empresas comprometidas con exportar es ligeramente más alto, 30%. Cerca de los dos tercios (63.6%) de los ingresos por exportaciones (\$65.8 millones)

son generados por las empresas del sector de formación en idiomas, considerando que solo el 18% de ellas exporta. Casi la mitad de los ingresos por exportaciones del sector de formación en idiomas proviene de Asia, la otra mitad procede equitativamente de América Latina y Europa. El sector de traducción genera el 36.4% de los ingresos por exportaciones, o \$37.7 millones. Sin embargo, el número de empresas que exporta es mucho mayor (37.7%) que el del sector de formación en idiomas. En el sector de traducción, la empresa se dirige principalmente hacia los Estados Unidos generando más de dos tercios de los ingresos por exportaciones para el sector, en comparación con el 25% hacia Europa. Las compañías de traducción que exportan ganan un promedio de \$271 000 por exportaciones, en comparación con el \$1 millón 500 mil que ganan las instituciones educativas de formación en idiomas. Con respecto a las proyecciones para el mercado internacional, la mitad de las empresas del sector de formación en idiomas señala que desearían establecer o ampliar sus actividades en este mercado, en comparación al 21.5% de empresas en el sector de traducción. (2006:iv).

De toda la información recopilada, se observa entonces que existe un gran número de fuentes bibliográficas relacionadas indirectamente con el objeto de estudio. Con estos alcances se dará inicio a la primera investigación que pretende determinar la influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos en la exportación de servicios de traducción e interpretación.

2.2 Bases teóricas

En esta parte del trabajo de investigación se analizan críticamente las principales teorías relacionadas con el tratamiento que ha tenido la exportación de servicios de traducción e interpretación en el marco de un tratado comercial como el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos (APC Perú – EEUU). Luego de analizar el Capítulo 11: Comercio transfronterizo de servicios del citado APC Perú – EEUU y su correspondiente Anexo 11-B sobre servicios profesionales, los compromisos asumidos en este tratado comercial han permitido establecer beneficios en torno a la exportación peruana de servicios profesionales que se traducen en las dimensiones de estudio del presente trabajo de investigación: *outsourcing* o subcontratación para la exportación de servicios, especialización del personal que presta los servicios profesionales y diversificación de servicios a mercados nuevos, como el estadounidense.

El presente trabajo de investigación se sustenta en el enfoque administrativo propuesto por Chase, Jacobs y Aquilano (2009) en donde los servicios se diferencian de los bienes, en primer lugar, por ser intangibles, es decir que no se pueden pesar ni medir, en segundo lugar, un servicio requiere de alguna medida de interacción con el cliente para ser un servicio, en tercer lugar, los servicios son heterogéneos, o sea que varían de un día a otro, o tal vez de una hora a otra, los servicios, tomados como proceso, en cuarto lugar, son perecederos y dependen del tiempo y, a diferencia de los bienes, no se pueden almacenar, y en quinto lugar, las especificaciones de un servicio son definidas y evaluadas en forma de un paquete de características

que afectan los cinco sentidos (2009:10). Los autores señalan que el viraje a los servicios representa la mayor fuerza de trabajo migratorio registrada en la historia de la humanidad. Las comunicaciones globales, el crecimiento de los negocios y la tecnología, la urbanización y la mano de obra barata en los países en desarrollo explican este enorme cambio. Así, el mundo se está convirtiendo en un colosal sistema de servicios, compuesto por seis mil millones de personas, millones de negocios y millones de productos tecnológicos conectados a redes de servicios. (2009:11). A partir de este enfoque, las empresas, sean o no de servicios, buscan siempre una significativa ventaja competitiva en su forma de configurar y manejar sus operaciones con la estructuración de un importante sistema: la cadena de suministro, que consiste en vincular todas las fases, desde las materias primas hasta la producción y el cliente, a través de la coordinación de un sistema de información ágil y efectivo (2009:377). Sin embargo, en lo que respecta a la cadena de suministro de servicios, Chase, Jacobs y Aquilano precisan algunas características que subrayan la función única del cliente como proveedor de insumos y receptor de los productos de una empresa de servicios. En primer lugar, los gerentes de servicios se interesan por los flujos de información y el prestador del servicio funge como agente del cliente cuando trata con proveedores de fuera. En segundo lugar, los prestadores de servicios interactúan directamente con los consumidores de los servicios sin el amortiguador de distribuidores y vendedores. Las cadenas de suministro de servicios incluyen menor complejidad y mayor facilidad de compartir la información. En tercer lugar, los prestadores de servicios no pueden tratar a los proveedores que son clientes de la misma

manera que a proveedores que no son clientes. Para los autores, reducir la base de suministro para proveedores-clientes no es conveniente, ya que significa aminorar el número de clientes. Los criterios tradicionales para la selección de clientes son de poco valor para los proveedores-clientes. Señalan que administrar la calidad de los insumos abastecidos no es tarea fácil; aun bien definidas las especificaciones de calidad de entrada es probable que sean violadas por los clientes. Incluso llega a ser difícil hacer cumplir especificaciones de calidad bien definidas. En cuarto lugar, las operaciones de servicio tienen que ser bastante flexibles para manejar las variaciones de los insumos de proveedores-clientes. Esto incluye ser capaz de ocuparse de llegadas casuales, especificaciones incongruentes y calidad de insumos variables (2009:366). Como se aprecia, las cadenas de suministro de servicios se enfocan en la interacción del cliente y el proveedor en donde los clientes cumplen una función adicional en la que proporcionan retroalimentación al prestador del servicio.

No siempre enfrentar la incertidumbre de la oferta y la demanda se soluciona con la organización concatenada de una estrategia como la cadena de suministro, resulta muchas veces necesario recurrir a otras herramientas de administración de la capacidad y la demanda para cumplir el desafío. Se trata de la subcontratación que consiste en trasladar parte de las actividades internas de una empresa y las responsabilidades sobre las decisiones a proveedores de fuera (2009:366). Las razones para que una compañía, o incluso un proveedor de servicios, decida subcontratar son diversas. Una de ellas tiene que ver con la presión de mejorar los ingresos y los márgenes de

utilidad por el aumento de la competencia. Otra tiene que ver con ajustarse a las fluctuaciones de la demanda y, para ello, los gerentes subcontratan parte de la producción (2009:520). Sin embargo, uno de los inconvenientes de la subcontratación es que da por resultado despidos o contrataciones con sueldos bajos y menos prestaciones. Muchos sindicatos consideran que la subcontratación es una iniciativa para esquivar los contratos laborales.

Siguiendo con el enfoque administrativo, otro aspecto a considerar como resultado del análisis sobre subcontratación es la especialización del trabajo. En su obra "Marketing de los Servicios" (2005), Grande Esteban postula que en el afán de conseguir satisfacer todas sus necesidades, las empresas acuden a terceros para obtener determinados servicios. Señala que en muchas ocasiones resulta más rentable subcontratar los servicios que desarrollarlos internamente, ya sea por razones de especialización, o sencillamente, porque vayan a ser utilizados sólo con carácter esporádico (2004:52), como puede ser el caso de las traducciones periciales. Grande Esteban plantea que conocer el grado de especialización en la oferta de servicios es fundamental porque permite valorar las posibilidades de expansión que tienen las empresas de servicios en los mercados, así como evaluar sus puntos fuertes y débiles (2004:126).

En esta misma obra "Marketing de los Servicios", se analiza la diversificación como una estrategia de marketing, la cual consiste en introducirse en mercados nuevos ofreciendo servicios adicionales o complementarios relacionados con los servicios principales que las empresas prestan. Al

respecto, se presentan dos tipos de diversificación: diversificación lateral y diversificación longitudinal. En el caso de la primera, una empresa de servicios presta un servicio adicional, o complementario al suyo, a través de una empresa creada para tal efecto, o mediante servicios concertados con organizaciones independientes. Para ello empleará tecnologías distintas de la que aplica habitualmente. La segunda, en cambio, hace referencia a empresas de servicios que los prestan empleando alguna tecnología adaptada para ello pero distinta de la que necesitan habitualmente (2005:191). Sea cual fuera el tipo de estrategia de diversificación por la que se opte, queda claro que las empresas de servicios diversifican cuando los servicios y los mercados son nuevos.

Además de conformar las variables de estudio del presente trabajo de investigación, los beneficios arriba descritos permiten tener una visión más clara de la influencia que un acuerdo comercial internacional como el APC Perú-EEUU ejerce sobre la exportación peruana de servicios profesionales, específicamente los servicios de traducción e interpretación. No obstante, junto con estas variables, se requiere también analizar y abarcar otros aspectos relacionados con esta influencia.

Uno de estos aspectos tratado también en la obra “Administración de operaciones: producción y cadena de suministros” de Chase, Jacobs y Aquilano (2009) tiene que ver con el principio de una importante herramienta para enfrentar la incertidumbre de la oferta y la demanda. Se trata de la producción en masa personalizada que consiste en describir la capacidad de

una compañía para entregar productos y servicios altamente personalizados a diferentes clientes en todo el mundo. Este principio al que se hace alusión establece que la red de suministro debe tener la responsabilidad y la capacidad de respuesta para aceptar pedidos de los clientes y entregar rápidamente productos terminados a la medida. Aplicando este principio, la compañía de servicios logra incluir el control en sus procesos y situar la toma de decisiones en donde se desempeña el trabajo (2009:442).

Junto con este enfoque sobre la capacidad de respuesta al cliente, la sección dos de la obra de Chase, Jacobs y Aquilano (2009) analiza otra de las dimensiones del presente trabajo de investigación. Se trata de la capacidad operativa. En el contexto de la administración de operaciones, se define como la cantidad de recursos disponibles que se requieren para la producción dentro de un periodo concreto. Si la capacidad no es adecuada, la compañía podría perder clientes en razón de un servicio lento o de que permite que los competidores entren al mercado. Si la capacidad es excesiva, la compañía tal vez se vería obligada a bajar los precios para estimular la demanda, a subutilizar su fuerza de trabajo, a llevar un inventario excesivo o a buscar productos adicionales, menos rentables, para permanecer en los negocios. Por estas razones, resulta importantísimo llevar a cabo una planeación estratégica de la capacidad con el fin de determinar el nivel general de la capacidad de los recursos de capital intensivo (el tamaño de las instalaciones, el equipamiento y la fuerza de trabajo completa) que apoye mejor la estrategia competitiva de la compañía a largo plazo. (2009:123). En lo que respecta a la capacidad

operativa en los servicios, ésta depende del tiempo, la ubicación y la volatilidad de la demanda. A diferencia de los bienes, los servicios no se pueden guardar para usarlos más adelante, por lo que debe haber capacidad disponible para producir un servicio en el momento que se necesita (tiempo). Asimismo, la capacidad del servicio se debe ubicar cerca del cliente. Ya sea de forma física o electrónica, primero se distribuye la capacidad para brindar el servicio y a continuación se produce el servicio (ubicación). La volatilidad de la demanda de un sistema de prestación de servicios está sujeto mucho mayor que en un sistema de producción de manufactura por tres razones. En primer término, como los servicios no se pueden guardar, el inventario no puede nivelar la demanda como en el caso de la manufactura. La segunda razón es que los clientes interactúan directamente con el sistema de producción, y estos clientes muchas veces tienen necesidades diferentes, distintos niveles de experiencia con el proceso y tal vez requieran diferente número de transacciones. La tercera razón que explica la mayor volatilidad de la demanda en los servicios es que el comportamiento de los consumidores la afecta directamente. Las influencias en el comportamiento del cliente, desde el clima hasta un hecho mayor, afectan directamente la demanda de distintos servicios.

A lo largo de la obra de Chase, Jacobs y Aquilano se observa el objetivo contradictorio entre un proveedor que quiere maximizar sus utilidades y un cliente que quiere minimizar sus costos dando lugar a relaciones contrarias en la cadena de suministro. La comparación de las empresas en términos de operaciones es importante para los inversionistas ya que el costo

relativo de ofrecer un bien o servicio es esencial para que las ganancias crezcan. Si se analiza, el crecimiento de las ganancias, en gran medida está en función de la rentabilidad de la empresa y la utilidad puede incrementar si se registran más ventas y/o se reducen los costos. Las empresas muy eficientes suelen brillar cuando la demanda baja durante periodos de recesión porque por lo general siguen obteniendo una utilidad gracias a su estructura de costos bajos. Estas empresas conocedoras de las operaciones hasta pueden encontrar que una recesión es una oportunidad para ganar participación de mercado, mientras que las competidoras menos eficientes luchan por permanecer en los negocios. Las compañías que son fuertes en términos de operaciones pueden generar más utilidad por cada dólar de ventas y, por lo tanto, resultan inversiones atractivas. En las empresas de servicios, la utilidad se calcula como el ingreso por cada servicio menos el costo de éste (papel, electricidad, etc. en el caso de las traducciones). Asimismo, es un factor clave cuando las empresas buscan proyectarse con escenarios promisorios con respecto al volumen de ventas y el costo del producto o precio de venta. En el caso del primer parámetro, el incremento de las ventas es un camino muy sólido para incrementar la utilidad. Por supuesto que una disminución de las ventas resultaría en una pérdida sustantiva. Por ejemplo, considere el efecto que un incremento de 25% y una disminución de 25% tendrían en la rentabilidad del nuevo producto. Sobre el segundo, el incremento de 1 dólar en el precio o una disminución de 1 dólar en el costo producen un incremento de 1 dólar en la utilidad. Por supuesto que el

incremento de 1 dólar en el precio podría tener repercusiones para la demanda.

En conclusión, las teorías arriba descritas aportan las bases teóricas que servirán de sustento, análisis, sistematización e interpretación de la información obtenida a través de las técnicas de recolección de datos con el fin de conocer cómo el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos ha influido en la exportación de servicios de traducción e interpretación.

2.3 Marco conceptual

Constituye el sistema de definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores del presente trabajo de investigación.

1. Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados

Unidos: Se trata de la incidencia que el Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos de América origina en el comercio de bienes y servicios de ambos países. Los acuerdos comerciales más comunes son de preferencia y se celebran con el fin de reducir (o eliminar) aranceles, cuotas y otras restricciones comerciales sobre artículos negociados entre los signatarios.

2. Exportación de servicios de traducción e interpretación:

Prestación de un servicio de traducción e interpretación a una persona natural o jurídica en el extranjero con independencia del lugar en el que reside el proveedor del servicio.

3. **Servicio adicional o complementario:** Servicio que permite al proveedor de servicios ofrecer otros servicios a los clientes con el fin de aumentar su nivel de satisfacción.
4. **Servicio de traducción:** Servicio prestado por un traductor independiente o una empresa que realiza traducciones de textos a pedido.
5. **Servicio de interpretación:** Servicio prestado por un intérprete independiente o empresa que realiza interpretaciones de eventos a pedido.
6. **Subcontratación de traductores e intérpretes:** Práctica comercial que consiste en contratar externamente a una persona natural o jurídica para realizar servicios y crear productos que tradicionalmente los empleados de la empresa llevan a cabo internamente.
7. **Estudio, agencia u oficina de traducción:** Empresa que ofrece y presta servicios de traducción, interpretación y servicios adicionales o complementarios a pedido.
8. **Capacidad operativa:** Utilización de la infraestructura y conocimientos disponibles para fabricar bienes y servicios que optimicen su uso con el fin de lograr niveles de eficiencia y productividad.
9. **Personal especializado:** Trabajadores de una empresa con una alta especialización en una determinada área.
10. **Atención al cliente extranjero:** Herramienta de marketing que pone en contacto al exportador con el cliente extranjero con el fin de conocer sus necesidades y amoldarse a sus exigencias.

- 11. Mes de mayor demanda:** Mes del año en el que se registra mas servicios de traducción e interpretación.
- 12. Mes de menor demanda:** Mes del año en el que se registra mas servicios de traducción e interpretación.
- 13. Documento a traducir:** Se refiere al texto que recibe el traductor para traducir al idioma que el cliente lo requiera. Estos pueden ser contratos, guías/lineamientos, sentencias, informes, seguros, entre otros.
- 14. Evento a interpretar:** Se refiere al evento en donde el intérprete presta sus servicios al idioma que el cliente lo requiera. Estos pueden ser congresos, seminarios, simposios, cursos – taller, cumbres, foros, etc.
- 15. Idioma de trabajo:** Lengua que el traductor e intérprete domina y utiliza para la realización de su trabajo.
- 16. Forma de trabajo para los servicios complementarios:** Se trata de la prestación de los servicios complementarios recurriendo al personal fijo de una agencia, estudio u oficina de traducción e interpretación y/o subcontratando personal externo.
- 17. Destino de las exportaciones de los servicios de traducción e interpretación:** País a donde se destinan las exportaciones de los servicios de traducción e interpretación
- 18. Indicadores para la oportuna atención del cliente extranjero:** Hace referencia a los puntos que toma en cuenta el exportador de servicios de traducción e interpretación para atender oportunamente al cliente extranjero, tales como: horario de atención, cercanía, uso de medios electrónicos, ser miembro de una asociación exportadora, entre otros.

- 19. Tiempo de atención al cliente extranjero:** Es el periodo de tiempo que le toma al exportador de servicios de traducción e interpretación atender al cliente extranjero.
- 20. Medios de comunicación para atender al cliente extranjero:** Son los recursos de comunicación que el exportador de servicios de traducción e interpretación utiliza para atender al cliente extranjero, tales como: teléfono, correo electrónico, mensajería instantánea, video llamada, redes sociales, entre otros.
- 21. Estrategias en caso de no haber atendido oportunamente al cliente extranjero:** Hace referencia a las estrategias a las que recurre el exportador de servicios de traducción e interpretación en caso de no haber atendido oportunamente al cliente extranjero, tales como: mejorar la tarifa, mejorar el plazo de entrega, otorgar un valor agregado, entre otros.
- 22. Recursos administrativos y operativos para exportar:** son los diversos recursos administrativos y operativos con los que cuenta el exportador de servicios de traducción e interpretación para prestar sus servicios en el extranjero, tales como: recursos financieros, humanos, logísticos, tecnológicos, know-how, entre otros.
- 23. Aspectos de la capacidad operativa a ser fortalecidos:** Puntos de la capacidad operativa que el exportador de servicios de traducción e interpretación considera debe mejorar o fortalecer para prestar sus servicios en el extranjero. Pueden ser: recurso humano, equipamiento/instalaciones, uso de tecnologías, costos, procesos, entre otros.

24. Utilidad por las exportaciones: Es el margen de utilidad mensual que obtiene el exportador de servicios de traducción e interpretación por el volumen de ventas en el extranjero.

CAPÍTULO III: PREGUNTAS Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

En el actual capítulo se busca operacionalizar las variables de estudio, las mismas que han sido identificadas en la introducción (planteamiento del problema) del presente trabajo de investigación. En este punto, resulta necesario entonces que se conozcan cuáles han sido los insumos que han permitido concebir dichas variables con el propósito de observarlas y medirlas posteriormente.

Los servicios de traducción e interpretación no se encuentran considerados en la clasificación sectorial de servicios del Acuerdo General de Comercio de Servicios (GATS, por sus siglas en inglés); sin embargo, estas actividades comerciales a nivel mundial buscan abrirse a mercados de grandes economías. Los traductores e intérpretes peruanos consideran que la proyección de sus servicios hacia estos mercados significa una gran oportunidad comercial que conlleva definitivamente beneficios económicos para el país, razón por la cual, se requiere que las grandes economías liberalicen sus comercios, en especial el de servicios. Con el implementado Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos (APC Perú-EEUU), los servicios de traducción e interpretación tienen lista negativa, y no positiva como en el Organismo Mundial del Comercio (OMC).

Entendamos que el Acuerdo General de Comercio de Servicios es un acuerdo estructurado bajo la modalidad de “lista positiva” en donde se permite inscribir reservas con respecto a algunas medidas que afectan a los sectores en los cuales se están haciendo compromisos específicos. Esto quiere decir que los principios de liberalización constituyen obligaciones generales del acuerdo que comprometen a las partes desde su entrada en vigor, salvo que se hayan registrado reservas a dichos compromisos en las listas de reservas de cada miembro denominadas Medidas Disconformes.

En el caso de los acuerdos de promoción comercial como el APC Perú – Estados Unidos que se encuentran estructurados bajo “lista negativa”, se promueve una liberalización mayor y más rápida del comercio de servicios. Los sectores que no registren reservas de medidas disconformes son totalmente liberalizados a la entrada en vigor del acuerdo, o a la fecha que se determine como límite para registrar reservas. Por consiguiente, se genera un efecto significativo mediante los compromisos de liberalización inicial. Además, mediante esta aproximación todas las medidas disconformes, inscritas como reservas, quedan consolidadas. El grado de disconformidad de estas medidas no puede aumentarse en el futuro salvo que los sectores hayan sido reservados en el respectivo anexo.

En materia de servicios profesionales y, sobre la base de algunos servicios profesionales consolidados en la lista estadounidense, algunos estados de los Estados Unidos como New Jersey, Florida, Texas, New York, California

y Distrito de Columbia establecen barreras que agudizan el acceso al mercado estadounidense tales como contar con una licencia de trabajo y ciudadanía para poder brindar el servicio, ser persona natural, establecer temporalmente una oficina, entre otros. Estas barreras que afectan la movilidad de personas, particularmente de proveedores de servicios, tienen que ver entonces con el cumplimiento de requisitos de aptitud y homologación de títulos que los proveedores peruanos de servicios deben cumplir para poder prestar sus servicios profesionales en territorio estadounidense.

Con respecto a la presencia de profesionales extranjeros en los Estados Unidos, el Congreso estadounidense impuso limitaciones al Representante de Comercio de los Estados Unidos (USTR, por sus siglas en inglés) para negociar el acceso de profesionales al mercado estadounidense. Con Chile y Singapur, el Congreso estadounidense dejó claramente sentado en los acuerdos que no aceptaría negociación alguna en la cual se asuman compromisos con respecto a la entrada de personas naturales al territorio de los Estados Unidos. Visto de ese modo, la exclusión de proveedores extranjeros en los Estados Unidos afecta seriamente el balance necesario en las concesiones que habría que lograr para incrementar la participación de los países de la región en el comercio de servicios. Adicionalmente, la ausencia de compromisos efectivos sobre la movilidad temporal de personas naturales resta relevancia a las provisiones incorporadas sobre reconocimiento de aptitudes; las cuales se limitan a reproducir lo ya dispuesto en el Artículo VII del GATS, en donde, a efectos del cumplimiento

de las normas o criterios para la autorización o certificación de los proveedores de servicios o la concesión de licencias a los mismos, los Miembros de la OMC pueden reconocer la educación o experiencia obtenidas, los requisitos cumplidos o las licencias o certificados otorgados en un determinado país. Ese reconocimiento, que podrá efectuarse mediante armonización o de otro modo, podrá basarse en un acuerdo o convenio con el país en cuestión o podrá ser otorgado de forma autónoma. Cuando un Miembro otorgue el reconocimiento de forma autónoma, brindará a cualquier otro Miembro las oportunidades adecuadas para que demuestre que la educación, la experiencia, las licencias o los certificados obtenidos o los requisitos cumplidos en el territorio de ese otro Miembro deben ser objeto de reconocimiento.

En otras palabras el APC Perú-EEUU, restringe el acceso de personas naturales como proveedores de servicios y limita la presencia comercial como inversión en los Estados Unidos. Por nuestro lado, no se conoce la posición de los Poderes Ejecutivo y Legislativo peruanos en relación a la presencia comercial de proveedores estadounidenses de servicios en territorio peruano. A continuación, se describen los cuatro modos propuestos por el GATS para una mejor comprensión:

- Modo 1 - Comercio Transfronterizo, se aplica cuando el proveedor del servicio se encuentra en un país y presta el servicio a un consumidor que está en otro, sin que ninguno de ellos se desplace al territorio del otro país.

- Modo 2 - Consumo en el Extranjero, se describe el proceso a través del cual un consumidor residente en un país se traslada a otro para recibir un servicio.
- Modo 3 - Presencia Comercial, se permite que las empresas de un país puedan prestar servicios internacionalmente a través de las actividades de sus filiales en el extranjero. En este caso, se promueve el ingreso de inversiones extranjeras.
- Modo 4 - Presencia de Personas Físicas, corresponde al proceso por el cual un individuo se traslada al país del consumidor para proporcionarle un servicio por cuenta propia o por cuenta de su empresa empleadora.

En el APC Perú-EEUU queda excluido Modo 3 (inversión extranjera) como modalidad para suministrar servicios profesionales teniendo el siguiente esquema como una propuesta de exportación de servicios de traducción e interpretación:

- Modo 1 - Suministro Transfronterizo: Este modo de exportación no requiere que el traductor peruano o estadounidense se traslade a los Estados Unidos o al Perú para brindar sus servicios. El servicio de traducción puede ser requerido y enviado a clientes peruanos o estadounidenses a través del uso de correo electrónico, fax o teléfono.

- Modo 2 - Consumo en el Extranjero: Los clientes estadounidenses o peruanos pueden trasladarse al Perú o a los Estados Unidos para recibir el servicio de traducción o interpretación.
- Modo 4 - Presencia de Personas Físicas: Consiste en el traslado de traductores o intérpretes, como persona natural, en calidad de trabajadores independientes o dependientes para brindar sus servicios en Estados Unidos o Perú.

Y siguiendo este esquema es que la reciente Ley 30641 que fomenta la exportación de servicios y turismo promulgada en Agosto de 2017 por el Estado peruano dispone, entre otros beneficios, que cualquier servicio exportado no será gravado por el IGV, con la única condición de cumplir con los siguientes requisitos:

1. El servicio debe prestarse a título oneroso desde el país hacia el exterior. Esto debe demostrarse con el comprobante de pago correspondiente, emitido de acuerdo con el reglamento de la materia y anotado en el Registro de Ventas e Ingresos.
2. El exportador tiene que ser una persona domiciliada en el país.
3. El usuario o beneficiario del servicio tiene que ser una persona no domiciliada en el país.

4. El uso, la explotación o el aprovechamiento de los servicios por parte del no domiciliado deben ocurrir en el extranjero.

Como se observa en el cuarto requisito (resaltado), el proveedor de servicios que exporte al extranjero no sólo se encuentra exento de aplicar el IGV en sus ventas, sino que además no podría trasladarse a prestar sus servicios en el exterior.

Según la Ley 30641, la exportación de servicios ya no está gravada por el Impuesto General a las Ventas (IGV). La principal característica de la ley es que elimina el Apéndice V del Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, aprobado por el Decreto Supremo 055-99-EF y normas modificatorias que enumeraba una lista de operaciones que calificaban como exportación de servicios. Si bien el efecto más obvio de la aplicación de la ley es la menor recaudación tributaria por concepto del IGV, la medida generará mayor competitividad en las exportaciones de servicios, mejorará la neutralidad del impuesto y eliminará distorsiones en su aplicación a este tipo de operaciones, como lo establece el Artículo 1 de la referida Ley. Se podría decir que si se generan los incentivos correctos, podría replicar mayores ingresos a las empresas, y por consiguiente, mayor Impuesto a la Renta.

Con esta misma Ley, se creó el Registro de Exportadores de Servicios a cargo de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) en donde se han establecido las normas

complementarias y necesarias para la implementación de dicho Registro, así como los requisitos, condiciones y procedimiento que deben cumplir los exportadores de servicios. Finalmente, la citada Ley ha considerado, para efecto de la devolución de impuestos a turistas, a los extranjeros no domiciliados que se encuentran en territorio nacional por un período no menor a 2 ni mayor a 60 días calendario.

2.1 MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Independiente La Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos	Se trata de la incidencia que el TLC entre el Perú y los Estados Unidos de América origina en el comercio de bienes y servicios de ambos países.	Subcontratación de traductores e intérpretes	Lugar de nacimiento	Lima Piura Junín Arequipa Trujillo Ciudades del exterior	Cuestionario
			Nacionalidad	Peruana Peruana - extranjera	
			Edad	40 – 47 a. 48 – 55 a. 56 – 63 a. 64 – 71 a. 72 – 79 a.	
			Estado civil	Soltero(a) Casado(a) Conviviente Viudo(a)	
			Nivel de instrucción	Superior universitaria Superior técnica no universitaria Otros	
			Ocupación principal	Traducción Traducción e Interpretación	
			Lugar de trabajo	TRADUCE Allangues SAC Translatium D&M Language Services Estudio Arteaga Lexitrans ESIT Mape Traducción Persona Natural con Negocio	
			Ingreso total mensual (en US\$)	Menos de 7 000 7 001 - 11 000 11 001 – 15 000 15 001 – 19 000 Más de 19 001	
			Años de experiencia	6 – 11 años 12 – 20 años Más de 20 años	
			Principal actividad comercial	Traducción Interpretación	

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Independiente La Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos	Subcontratación de traductores e intérpretes	Ejercicio de la profesión	Independiente Dependiente – independiente	Cuestionario
		Personal a cargo	Menos de 5 trabajadores 6 – 10 trabajadores 11 – 20 trabajadores	
		Mes de mayor demanda	Mayo Junio Julio Agosto Diciembre	
		Mes de menor demanda	Enero Abril Octubre	
	Especialización del personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación	Idioma de trabajo	Inglés Portugués Español Francés Italiano	
		Documento a traducir	Contratos Guías Sentencias Informes Seguros	
		Evento a interpretar	Conferencia Reuniones de trabajo Cumbres/ asambleas internacionales Cursos-talleres Video-conferencias Ninguno	
		Área temática de la traducción e interpretación	Jurídicos Técnicos – científicos Económico – financieros	

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Independiente La Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos	Se trata de la incidencia que el TLC entre el Perú y los Estados Unidos de América origina en el comercio de bienes y servicios de ambos países	Diversificación de servicios	Servicio adicional o complementario	Edición, revisión y corrección de estilo Transcripción Diseño y diagramación de textos Doblaje y subtítulo Ninguno	Cuestionario
			Forma de trabajo para los servicios complementarios	Personal fijo Subcontrata Ambas formas	
Dependiente Exportación de Servicios de Traducción e Interpretación	Es cuando una persona residente en el extranjero solicita y paga por el servicio de traducción e interpretación con independencia del lugar en el que reside el proveedor.	Capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero	Años de experiencia como exportador	1 – 5 años 6 – 11 años 12 – 20 años Más de 20 años	
			Servicio más exportable	Traducción Interpretación	
			Destino de las exportaciones de servicios de traducción e interpretación	Italia Gran Bretaña Australia España Canadá Chile Brasil Alemania Estados Unidos	
			Indicadores para la oportuna atención del cliente extranjero	Horario de atención Uso de medios electrónicos Cercanía Ser miembro de una asociación exportadora	
			Tiempo de atención al cliente extranjero	1 hora 12 horas 24 horas Más de un día	
			Medios de comunicación para atender al cliente extranjero	Correo electrónico Llamada telefónica Mensajería instantánea	
			Procedimiento para atender al cliente extranjero	Si No	

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Dependiente Exportación de Servicios de Traducción e Interpretación	Capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero	Estrategias en caso de no haber atendido oportunamente al cliente extranjero	Mejorar tarifa Mejorar plazo de entrega Otorgar un valor agregado Otros	Cuestionario
	Capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación	Recursos administrativos y operativos para exportar	Recursos logísticos Recursos tecnológicos Recursos humanos Recursos financieros Know – how	
		Capacidad operativa para satisfacer la demanda del exterior	Sí No	
		Aspectos de la capacidad operativa a ser fortalecidos	Procesos Costos Recurso humano Uso de las tecnologías	
		Preparación para ingresar a nuevos mercados internacionales	Sí No	
	Utilidad por las exportaciones de servicios de traducción e interpretación	Identificación de los costos fijos y variables por la exportación de servicios de traducción e interpretación	Sí No	
		Utilidad por las exportaciones (en US\$)	Menos de 1000 1 000 – 5 000 Más de 5 000	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

A continuación, se procede a explicar el diseño metodológico, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos y las técnicas de gestión y estadísticas para el procesamiento de la información.

3.1 Diseño metodológico

El presente trabajo de investigación se plantea como una **investigación aplicada**, ya que se busca conocer cómo el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos, implementado en el 2009, influye en la exportación de servicios de traducción e interpretación. De este modo, se trata de aplicar como propuesta de valor un procedimiento que incentive en el Perú y los Estados Unidos el desarrollo de acuerdos o convenios de reconocimiento mutuo entre los organismos profesionales pertinentes, así como un procedimiento modelo para el licenciamiento y certificación de proveedores de servicios profesionales.

Para este fin se ha optado por realizar una investigación que propone alentar a los organismos gremiales de traducción e interpretación en el Perú a elaborar normas y criterios para el otorgamiento de licencias y certificados a

proveedores de servicios profesionales de traducción e interpretación, así como a presentar recomendaciones sobre su reconocimiento en los Estados Unidos.

Para llevar a cabo esta investigación se diseñó un Cuestionario que fue validado por un experto en temas de comercio exterior. Los resultados de las encuestas nos permitieron conocer la causa – efecto del problema identificado y producir conocimientos, sistematizar experiencias y plantear propuestas para mejorar la situación encontrada. Este trabajo de investigación analizó dicha situación en el periodo que va del 2011 al 2018.

Con respecto a las etapas que se siguieron para la obtención de la información, se pueden mencionar:

- La revisión bibliográfica. La revisión de la bibliografía sobre el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos y la exportación peruana de servicios de traducción e interpretación, la cual es muy escasa en el país, nos permitió conocer diferentes teorías y perspectivas desde las que se ha estudiado el comercio de servicios. Esta revisión se volcó en fichas textuales y resumen.
- Delimitación de la muestra. En la presente investigación se delimitó la muestra a 24 exportadores de servicios de traducción e interpretación en Lima Metropolitana.

- Aplicación del instrumento. Una vez delimitada la muestra se diseñó y aplicó un cuestionario a los exportadores de servicios de traducción e interpretación de Lima Metropolitana.
- Ejecución de la encuesta. Por su agitada labor empresarial, la mayoría de los encuestados aceptaron que la encuesta se desarrollara en sus domicilios y centros de trabajo. Una minoría apoyó a la encuestadora desarrollando la encuesta mediante una llamada telefónica o correo electrónico. La duración de cada encuesta fue de 20 minutos aproximadamente.
- A continuación, se analizaron las respuestas de los encuestados; se hicieron repreguntas en algunos casos y se ordenó y clasificó la información.
- Por último, se procedió a la redacción de la investigación, recogiendo toda la información conseguida, analizando la propuesta de valor, planteando conclusiones y proponiendo recomendaciones.

En cuanto al diseño metodológico, el presente estudio es **no experimental**, específicamente **seccional descriptivo** (Sierra Bravo, 1999). La investigación presenta un diseño no experimental por tratarse de un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en el que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. El diseño seccional recopila información que se obtiene de la muestra en un tiempo y espacio definidos. Si bien este diseño se limita a una sola observación de la población, permite observar a la vez diversas variables de los individuos en estudio y enriquecer la investigación mediante su respectivo análisis.

3.2 Diseño muestral

Como parte del desarrollo metodológico de la presente investigación, se describe la población en estudio la cual está conformada por el conjunto de exportadores peruanos de servicios de traducción e interpretación, es decir, traductores e intérpretes profesionales egresados de la carrera técnica o profesional de traducción e interpretación y que trabajan de manera dependiente, independiente (*freelancer*), dependiente - independiente o como proveedores de servicios de traducción e interpretación. Estos últimos cuentan con personería jurídica.

Dado que el número de exportadores de servicios de traducción e interpretación es muy reducido, se procedió a considerar a toda la población de exportadores que residía en Lima Metropolitana al año 2018 y que además de la traducción e interpretación pueden también exportar servicios afines a estas dos actividades tales como corrección de estilo, revisión y edición, doblaje y subtitulado, transcripción, localización, trabajo terminológico, supervisión y coordinación de proyectos de traducción e interpretación, redacción de documentos en idiomas distintos al español, enseñanza de idiomas, teoría de la traducción, entre otras.

De esta manera, se obtuvo una población de 50 exportadores de servicios de traducción e interpretación como parte de un **muestreo no probabilístico discrecional**.

Con respecto al tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula del muestreo aleatorio simple correspondiente a poblaciones finitas como la de exportadores de servicios de traducción e interpretación.

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

En donde:

n: tamaño muestral

N: tamaño de la población

Z: valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z \alpha = 0.05 = 1.96$

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ($p = 0.5$), que hace mayor el tamaño muestral q: $1 - p$ (si $p = 50\%$, $q = 50\%$)

e: error que se prevé cometer si es del 5%, $e = 0.05$.

Entonces:

$$n = \frac{1.96^2 \times 50 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 (50 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 24$$

Del total de 50 colaboradores, solo se consideró como objeto de estudio a 24 personas.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Para la obtención de los datos se emplearon dos técnicas:

- a) El análisis documental. Esta primera etapa incluyó la revisión de publicaciones, portales web y demás documentos institucionales utilizando como instrumentos para recoger la información, fichas textuales, resúmenes y la clasificación de la información según las variables de estudio. La revisión bibliográfica y documental se realizó previamente a la aplicación de la Encuesta.

b) La realización de encuestas. En primer lugar, se diseñó un Cuestionario como instrumento de recolección de datos, el mismo que fue validado por un experto en comercio internacional de la Cámara Peruano – Americana (AMCHAM) a través del Informe de Validación de Instrumento. Este cuestionario, que se elaboró en función al sistema de variables, dimensiones e indicadores, consignó 34 preguntas dirigidas a los exportadores de servicios de traducción e interpretación, quienes son los actores estratégicos del estudio. Como se trataba de preguntas cerradas, se buscó que los encuestados respondan eligiendo una de las alternativas que traía cada pregunta. El cuestionario fue redactado en un lenguaje sencillo y fácil de comprender de tal manera que la persona consultada no perciba este requerimiento de información como una evaluación o supervisión de su actividad comercial. De esta forma, el cuestionario permitió obtener y registrar, sistemática y ordenadamente, información acerca de la muestra con la que se trabajó, sobre las variables objeto del presente trabajo de investigación.

Con este propósito, se buscó que la encuesta fuera corta para incentivar a los exportadores de servicios de traducción e interpretación a que la respondan sin interrumpir sus actividades cotidianas. La información recogida en las encuestas ha servido para describir y analizar los objetivos propuestos en el proyecto de investigación.

3.4 Técnicas de gestión y estadísticas para el procesamiento de la información

Culminada la etapa de aplicación de encuestas, se llevó a cabo el procesamiento de la información, para lo cual se utilizó un ordenador con procesador Intel Core i7.

En primer lugar, se procedió a elaborar una lista de códigos de indicadores que facilitó el vaciado de los datos y permitió cuantificar los resultados. La lista se elaboró siguiendo el orden de las preguntas que aparecen en el cuestionario. En segundo lugar, se utilizó una matriz de respuestas para el vaciado de los datos, para lo cual se asignó un número o código a cada indicador. Dichos números aparecen en la matriz supliendo a las respuestas. Este método permitió el tratamiento estadístico de todas las respuestas obtenidas en las encuestas. Al terminar con el proceso del vaciado de datos en la matriz de resultados, se procedió con el análisis estadístico para lo cual se utilizó el programa estadístico SPSS v.21. Con este programa, se obtuvieron datos estadístico – descriptivos como las tablas de frecuencia que posteriormente permitieron el análisis e interpretación de los resultados expresados en gráficos circulares, de barras, de columnas y de líneas de los principales indicadores respondiendo de esta manera a los objetivos de la investigación. Finalmente, para la estadística inferencial se trabajó con pruebas no paramétricas como el Chi², el cual ayudó a establecer la relación entre las variables, dimensiones e indicadores, no obstante todas ellas presentaron un comportamiento independiente durante su análisis.

3.5 Aspectos éticos

En el caso de investigaciones cuantitativas donde es necesario plantear un problema de estudio delimitado y concreto sobre un fenómeno, se ha considerado lo que se ha investigado, construido un marco teórico del cual se derivan dos variables (dependiente e independiente), y sometido estas a prueba mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados, se ha procurado en todo momento objetividad y respeto por la verdad y el conocimiento, ya que esperamos que los resultados de este estudio y las recomendaciones planteadas tengan consecuencias positivas que puedan contribuir a mejorar las condiciones comerciales de los exportadores de traducción e interpretación en el Perú.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

La información proporcionada por los 24 exportadores de servicios de traducción e interpretación ha permitido que el presente capítulo se organice de la siguiente manera:

- Las dos primeras partes comprenden el análisis y la interpretación de las dos variables: influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos y exportación de servicios de traducción e interpretación. Cabe señalar que sólo se han destacado los aspectos más relevantes que contribuyen a dar respuesta a los problemas y objetivos de la investigación.
- La tercera parte da a conocer la propuesta de valor que está en función a la problemática y a los elementos teóricos que han sido incorporados en el presente trabajo de investigación.

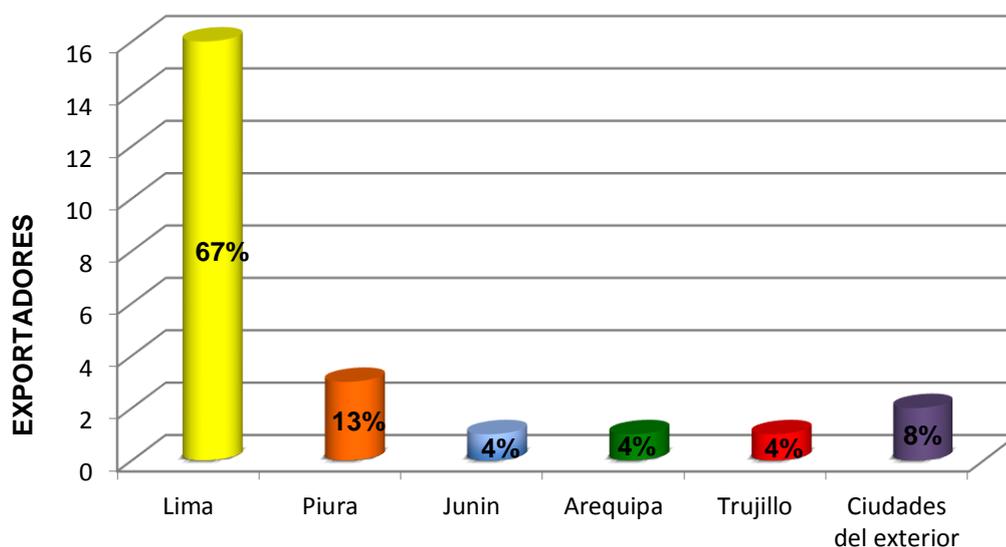
4.1 La Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos

Los resultados de esta sección son obtenidos de la primera parte del cuestionario y expresados en gráficos circulares, de barras, de columnas y de líneas. Dichos resultados a su vez se encuentran seccionados en tres partes: *Subcontratación de traductores e intérpretes* que agrupa los datos

relacionados con los datos demográficos y el ejercicio profesional del subcontratista (lugar de nacimiento, edad, nacionalidad, estado civil, nivel educativo, ocupación principal, años de experiencia, principal actividad comercial, ejercicio de la profesión, personal a cargo, meses de mayor y menor demanda), *Especialización del personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación* que comprende el idioma de trabajo y el evento a interpretar, y *Diversificación de servicios* que incluye los servicios adicionales o complementarios y la forma de trabajo para realizar los servicios complementarios.

4.1.1 Subcontratación de traductores e intérpretes

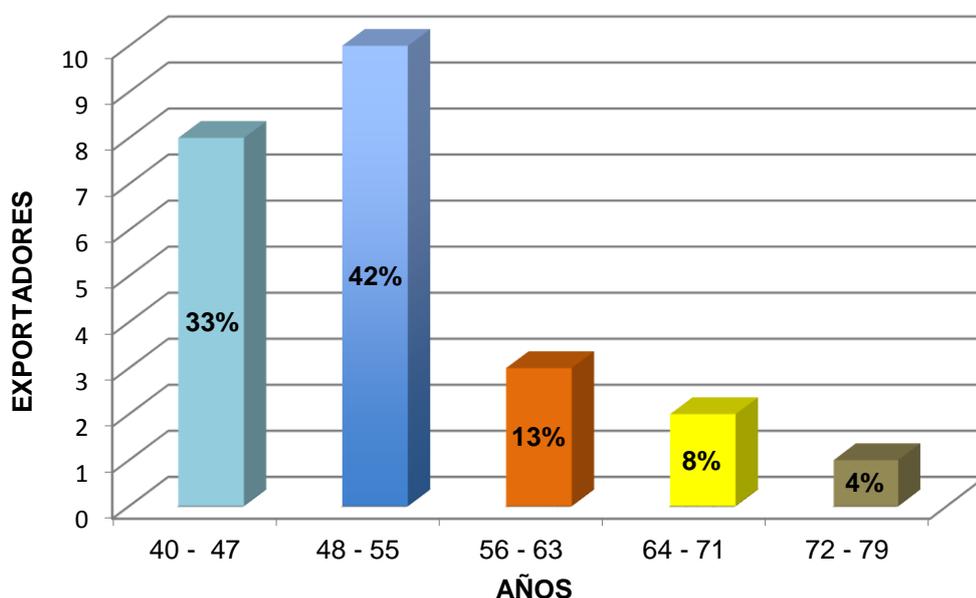
GRÁFICO No. 3: LUGAR DE NACIMIENTO



En este primer gráfico de los resultados se observa que el 92% de los encuestados nació en el Perú, siendo la ciudad de Lima la que agrupa un 67% con respecto a las demás provincias peruanas tales como Piura (13%), Junín (4%), Arequipa (4%) y Trujillo (4%). El 8% restante tiene como

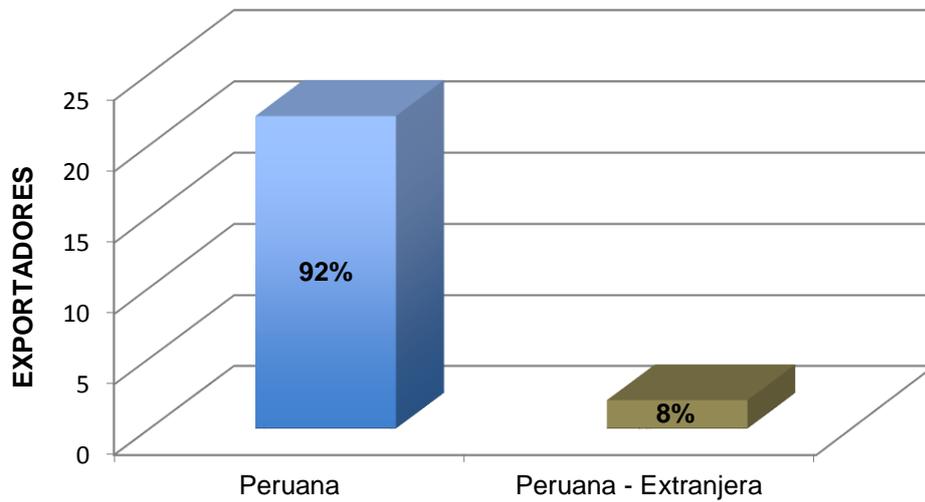
lugar de nacimiento ciudades en el exterior tales como Nápoles (Italia) y Northumberland (Inglaterra).

GRÁFICO No. 4: EDAD



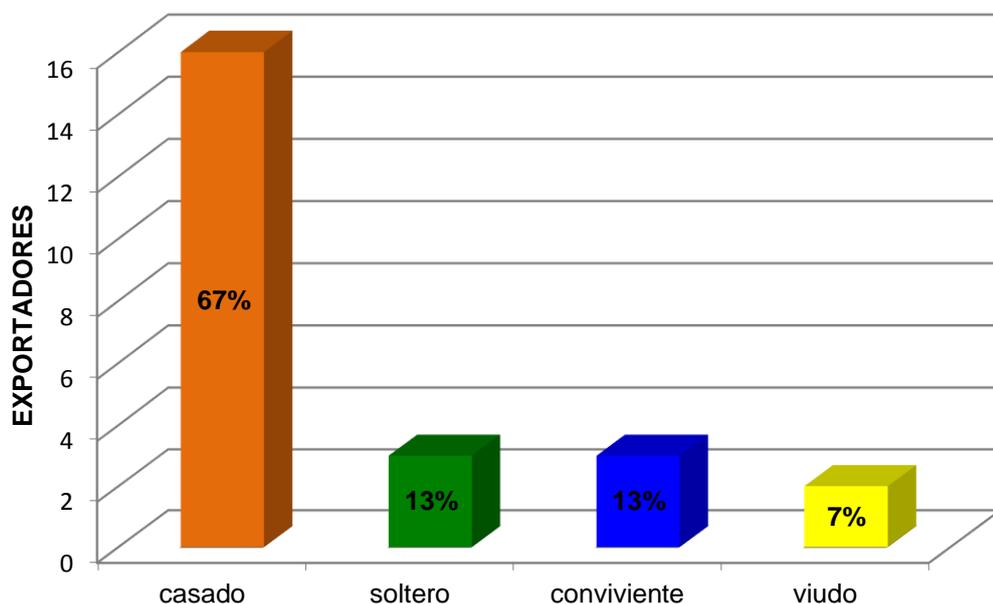
El Gráfico No. 4 muestra los rangos de **edad** de los encuestados, donde la edad promedio es de 52 años y se ubica en el rango de 48 – 55, el mismo que concentra el mayor porcentaje, 42%, con respecto a los otros cuatro rangos de edades que concentran 33% para 40 – 47, 13% para 56 – 63, 8% para 64 – 71 y 4% para 72 – 79 años de edad. Estos datos demuestran que el exportador de servicios de traducción e interpretación alcanza una edad bastante madura para vender en el exterior.

GRÁFICO No. 5: NACIONALIDAD



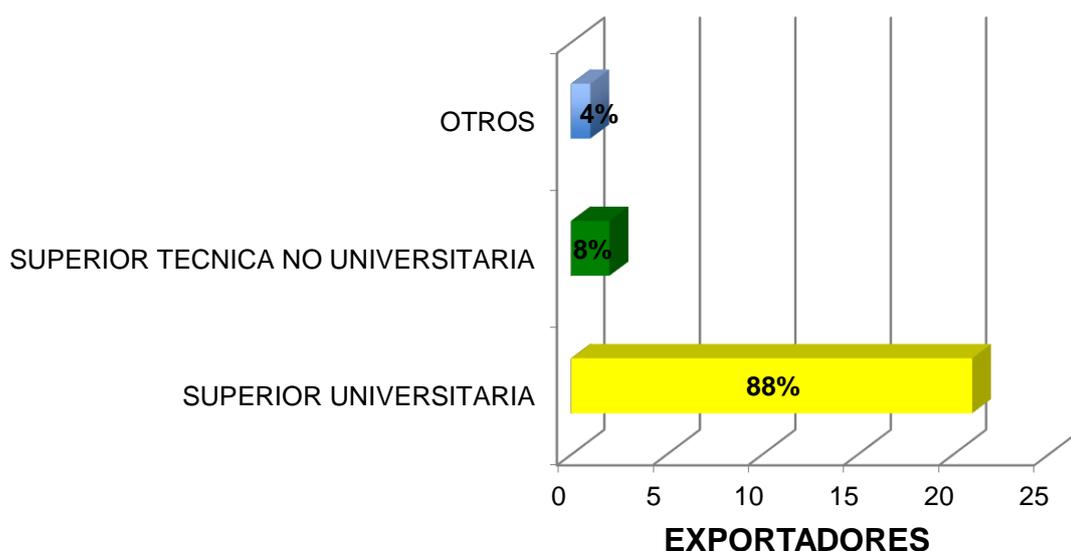
Con respecto a la **nacionalidad**, el Gráfico No.5 muestra que el 92% de los encuestados tienen la nacionalidad peruana, mientras que el 8% restante además de poseer una nacionalidad extranjera (italiana e inglesa) cuenta también con la nacionalidad peruana. Cabe señalar que la obtención de la nacionalidad peruana, la adquirieron a través del matrimonio con un peruano(a).

GRÁFICO No. 6: ESTADO CIVIL



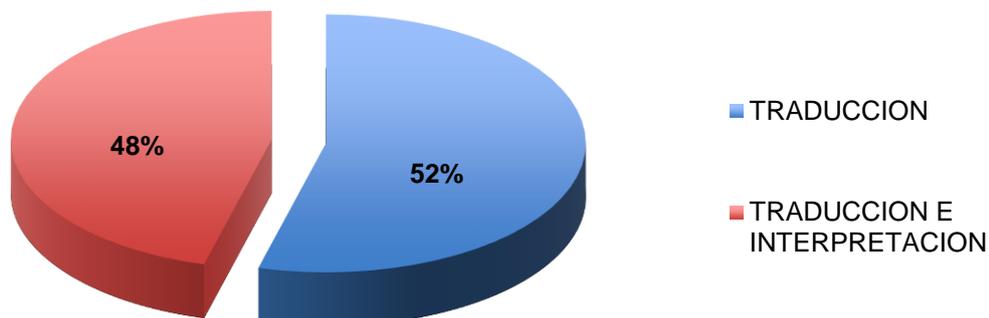
En el Gráfico No. 6, se analizan los resultados obtenidos en relación al **estado civil** de los encuestados. Se aprecia un claro predominio de casados que constituye un 67%, seguido de un 26% de solteros y convivientes, distribuidos proporcionalmente, y con un menor porcentaje a los viudos, 7%. Asimismo, de los datos obtenidos, se debe precisar que no hay registro de divorciados.

GRÁFICO No. 7: NIVEL DE INSTRUCCIÓN



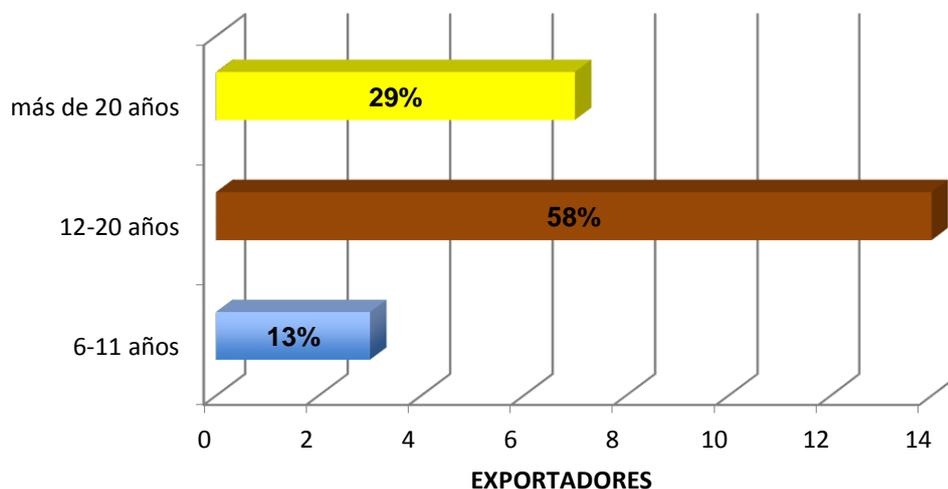
El Gráfico No. 7 hace referencia al **nivel de instrucción** alcanzado por los encuestados. El 88% cuenta con un nivel de instrucción superior universitaria, el 8% alcanzó el nivel de instrucción superior técnica no universitaria y el 4% corresponde al nivel de instrucción de los extranjeros que cuentan con un sistema educativo europeo difícilmente de homologar con el sistema educativo peruano.

GRÁFICO No. 8: OCUPACIÓN PRINCIPAL



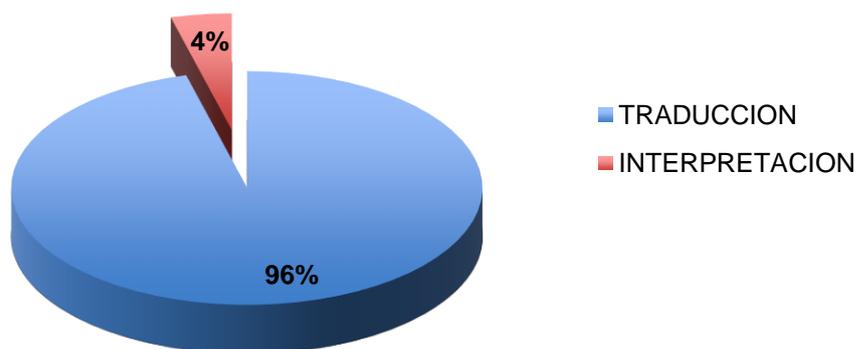
Del Gráfico No. 8, se puede determinar que existe un 52% de encuestados que tiene a la traducción e interpretación como **ocupación principal**, mientras que el 48% sólo tiene a la traducción como ocupación principal, ya que la mayoría proviene de la Universidad Ricardo Palma en donde no recibieron cursos de interpretación ni el grado de bachiller como intérpretes.

GRÁFICO No. 9: AÑOS DE EXPERIENCIA



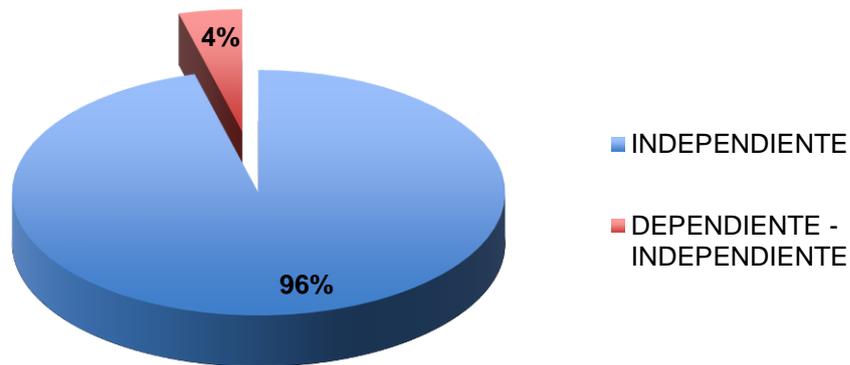
En relación a los **años de experiencia**, el 58% de los encuestados indicó que lleva de 12 a 20 años ejerciendo la traducción e interpretación, un 29% lleva ejerciendo estas ocupaciones durante más de 20 años y sólo un 13% de 6 a 11 años. Resulta interesante precisar que ningún encuestado cuenta con menos de 1 año, ni de 1 a 5 años de experiencia, alternativas de respuestas que fueron consideradas también en el cuestionario. De estos resultados se establece la presencia en el mercado laboral del traductor e interprete junior (6-11 años) y el traductor e interprete senior (12-20 y más de 20 años de experiencia).

GRÁFICO No. 10: PRINCIPAL ACTIVIDAD COMERCIAL



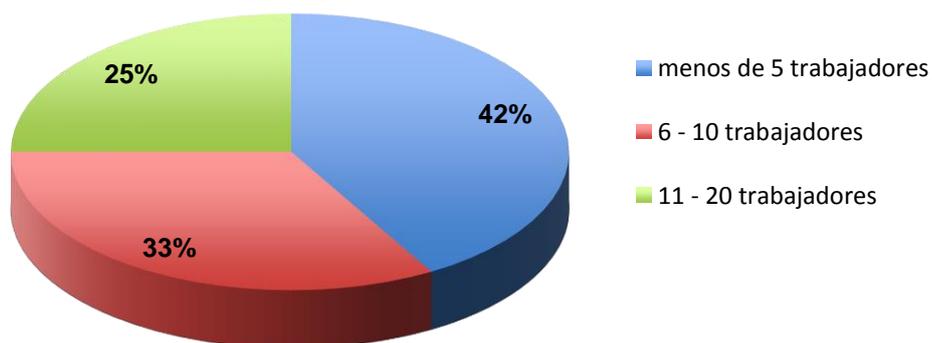
En el Gráfico No. 10, se puede puntualizar que es la traducción con un 96% la **principal actividad comercial** que desarrolla el encuestado, mientras que sólo un 4% desarrolla sólo la interpretación. Esto se debe a que la mayoría de los servicios de traducción se destinan no sólo al mercado nacional sino también al internacional, algo bastante difícil de proporcionar en el caso de la interpretación.

GRÁFICO No. 11: EJERCICIO DE LA PROFESIÓN



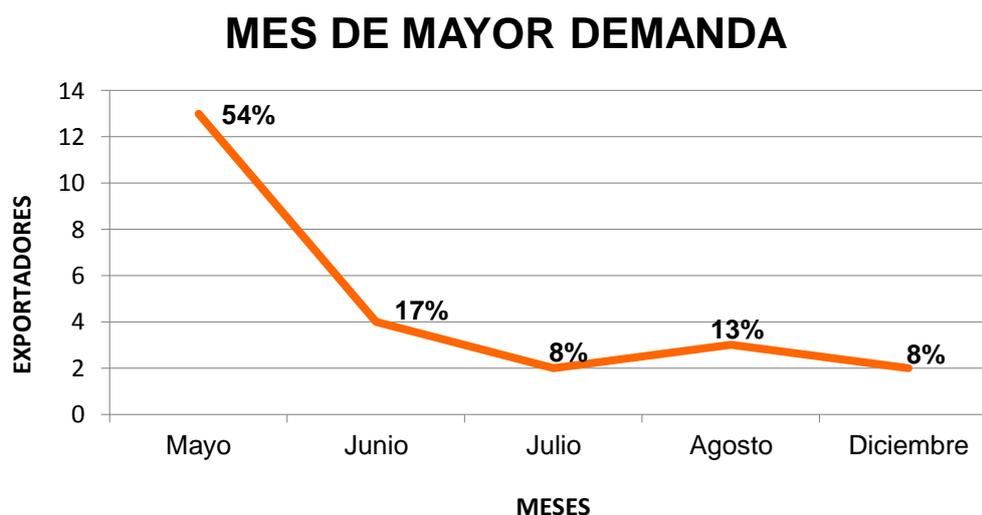
En el Gráfico No. 11, el 96% de los encuestados puntualizó trabajar de manera independiente. Cabe precisar que en este gran porcentaje se encuentran aquellos que ***ejercen la profesión*** ya sea a través de una personería jurídica, es decir conduciendo una empresa (estudio, agencia u oficina de traducción e interpretación), o como persona natural con negocio. Sólo un 4% ejerce la profesión de manera dependiente e independiente, es decir que son traductores e intérpretes en una empresa pública o privada, y además trabajan como *freelancers*, independientes.

GRÁFICO No. 12: PERSONAL A CARGO



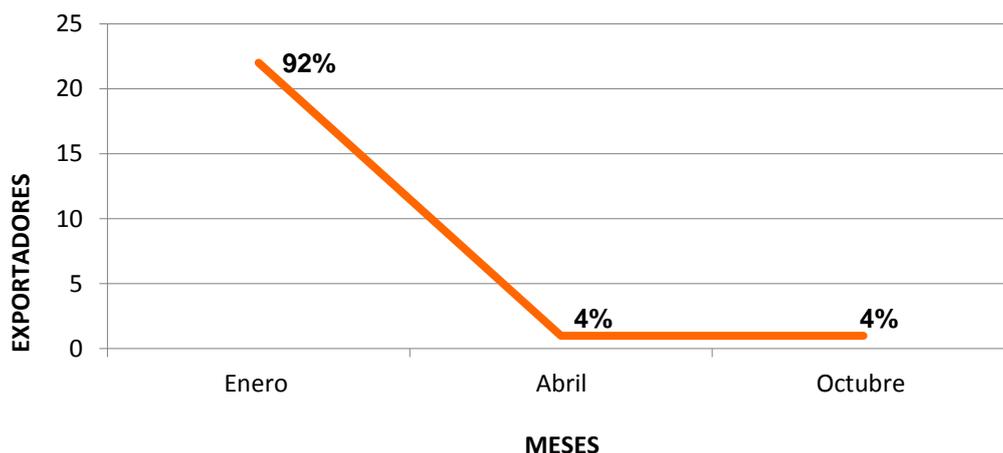
Como un gran porcentaje de los encuestados dirige una empresa, se encontró que el 42% tiene **personal a su cargo**, pero por debajo de 5 trabajadores, un 33% cuenta con 6 a 10 trabajadores y un 25% de 11 a 20 trabajadores, así lo establece el Gráfico No.12. Es importante precisar que estas empresas cuentan también con personal subcontratado el cual es únicamente requerido cuando tienen una gran demanda de traducciones e interpretaciones por atender.

GRÁFICO No. 13: MES DE MAYOR DEMANDA



Y la gran demanda de traducciones e interpretaciones, por lo general, está condicionada algunos meses del año, siendo Mayo con un 54% el **mes de mayor demanda**, seguido de Junio con un 17%, Agosto con un 13%, y Julio y Diciembre con un 8%, respectivamente. Este comportamiento de la demanda de traducciones e interpretaciones se debe a que en abril y mayo se oficializan las actividades en el país para que luego empiece a fluctuar a partir de la mitad del año.

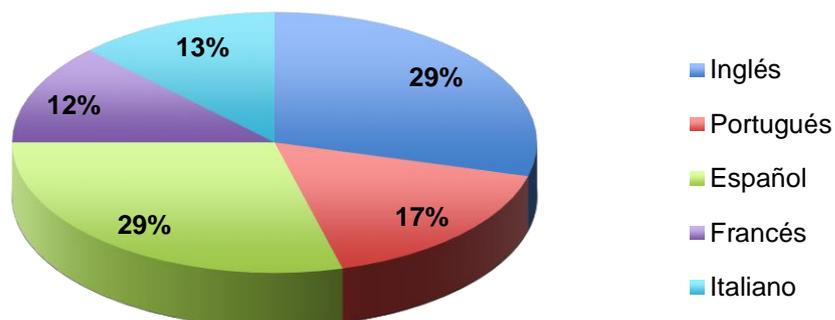
GRÁFICO No. 14: MES DE MENOR DEMANDA



En contraposición a lo anterior, el **mes de menor demanda** se concentra en Enero con un 92% debido a que en este mes la mayoría de las empresas del sector tanto público como privado desarrollan la planificación y organización de sus actividades del año. Abril y Octubre son meses que también registran poca demanda de traducciones e interpretaciones pero con un menor porcentaje, 4%, así se aprecia en el Gráfico No. 14.

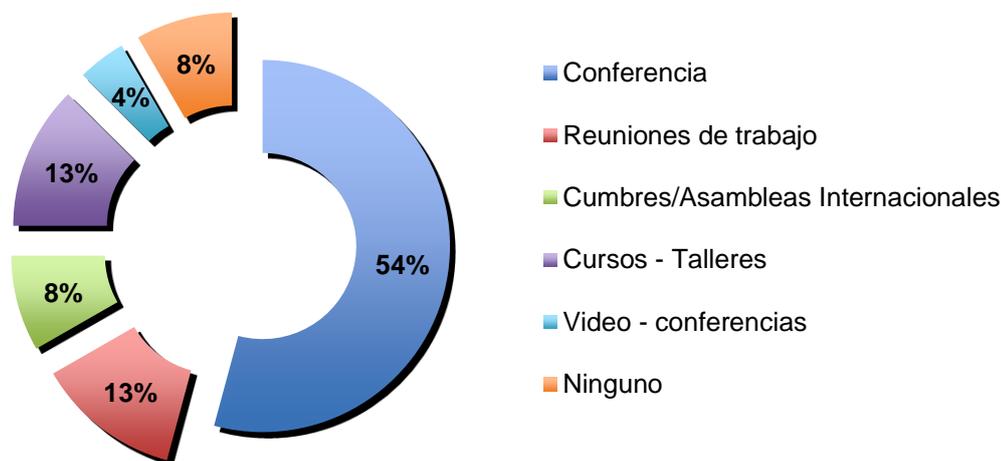
4.1.2 Especialización del personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación

GRÁFICO No. 15: IDIOMA DE TRABAJO



Un dato tan importante como los anteriores es la herramienta de trabajo del encuestado, el *idioma*. El inglés y español comparten el mismo porcentaje, 29%, como idiomas de trabajo más requeridos en las traducciones e interpretaciones. Este resultado es seguido del 17% del portugués, idioma que ha sido incluido en el currículo académico de la carrera de traducción e interpretación justamente por su alta demanda en los últimos años. El francés y el italiano presentan porcentajes del 12% y 13%, respectivamente, siendo el primero el que más eligen los estudiantes de la carrera de traducción e interpretación.

GRÁFICO No. 16: EVENTO A INTERPRETAR

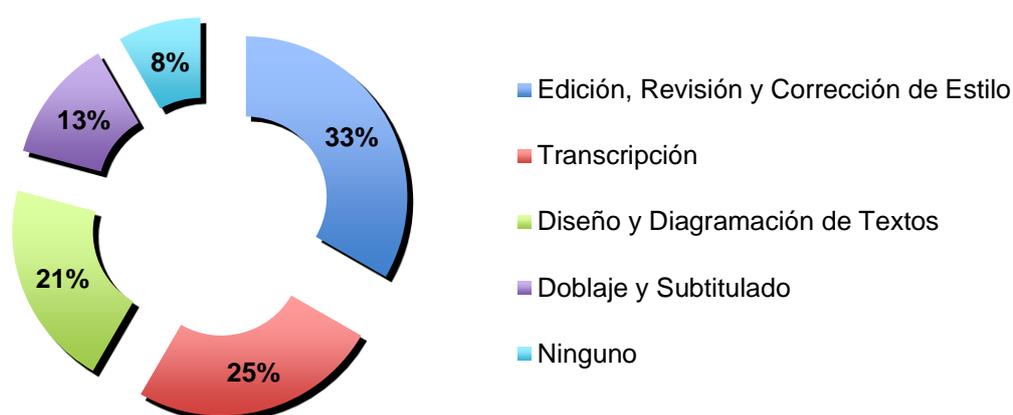


Con respecto a la interpretación, el presente gráfico muestra los diferentes **eventos** que requieren ser interpretados en los idiomas anteriormente descritos. El grueso de estos eventos lo conforman las conferencias con un 54%, seguido de las reuniones de trabajo y cursos – talleres con un 13%, respectivamente. Asimismo, se destaca un 8% para las cumbres/asambleas internacionales y un 4% para las video – conferencias.

Cabe señalar que sólo un 8% de los encuestados indicó no realizar ninguna interpretación.

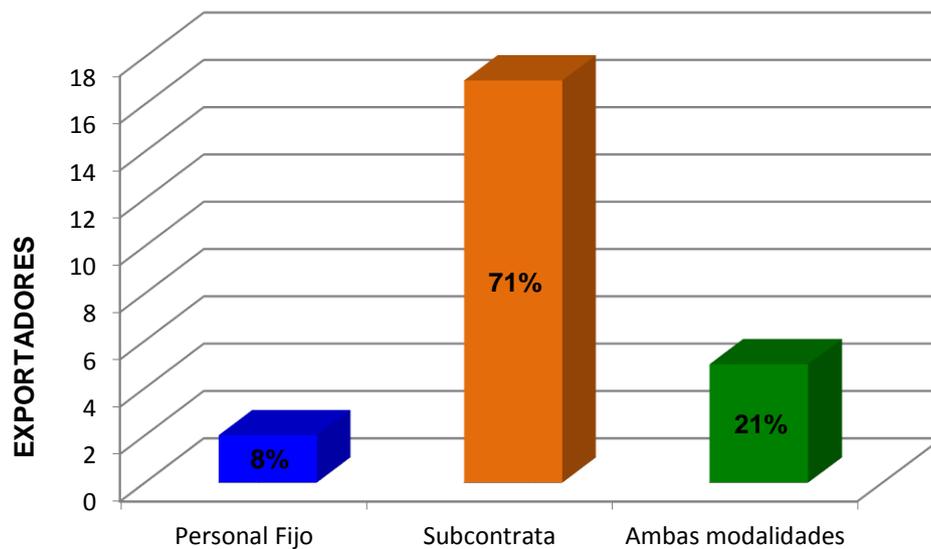
4.1.3 Diversificación de servicios

GRÁFICO No. 17: SERVICIO ADICIONAL O COMPLEMENTARIO



Además de la traducción e interpretación, los encuestados indicaron que también brindan **servicios adicionales o complementarios**. En el Gráfico No. 17, se observa que el 33% de estos servicios corresponden a servicios de edición, revisión y corrección de estilo, 25% a servicios de transcripción, un 21% a diseño y diagramación de textos, y 13% a doblaje y subtitulado. Solo un 8% indicó que no brinda servicios adicionales o complementarios. Resulta importante precisar que los encuestados han optado por diversificar sus servicios en respuesta a otras necesidades que sus clientes buscan satisfacer además de la traducción e interpretación.

GRÁFICO No. 18: FORMA DE TRABAJO PARA LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS



Para poder atender los servicios adicionales o complementarios anteriormente descritos, el Gráfico No. 18 precisa que el 71% de los encuestados indicó que recurre a la subcontratación de personal especializado en dichas actividades, el 8% emplea su personal fijo y un 21% recurre a ambas modalidades.

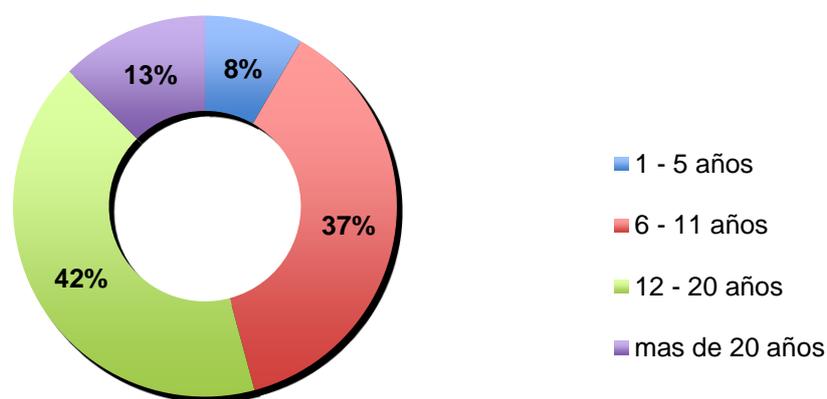
4.2 La Exportación de servicios de traducción e interpretación

Los resultados de esta sección son obtenidos de la segunda parte del cuestionario y expresados también en gráficos circulares, de barras, y de columnas. Dichos resultados a su vez se encuentran seccionados en tres partes: *Capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero* que agrupa los datos relacionados con la experiencia exportadora en servicios de traducción e interpretación, y la atención al cliente extranjero (años de experiencia como exportador, servicio más exportable, destino de las exportaciones de servicios de

traducción e interpretación, tiempo de atención e indicadores para la oportuna atención al cliente extranjero, medios de comunicación utilizados para exportar, y estrategias a seguir en caso de no haber atendido oportunamente al cliente extranjero), *Capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación* que comprende los recursos para exportar y los aspectos de la capacidad operativa que deben ser fortalecidos, y *Utilidad por las exportaciones* que incluye el margen de utilidad mensual que obtiene el exportador por sus servicios de traducción e interpretación brindados en el exterior.

4.2.1 Capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero

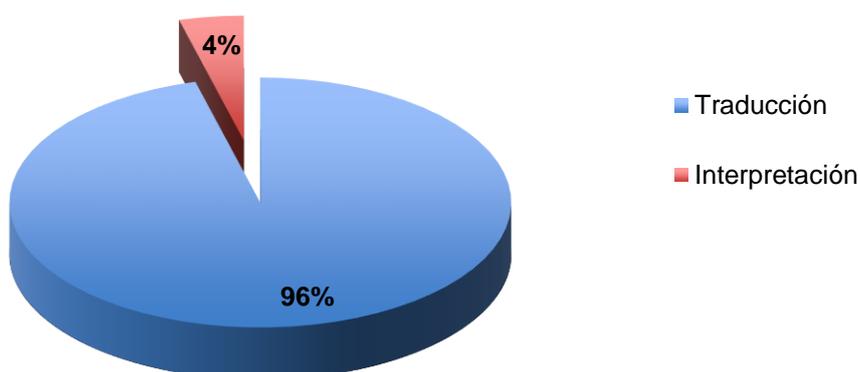
GRÁFICO No. 19: AÑOS DE EXPERIENCIA COMO EXPORTADOR



En el Gráfico No. 19, se aprecia los **años de experiencia** con los que cuenta los encuestados exportando sus servicios de traducción e interpretación, siendo el rango de 12 a 20 años el que concentra el mayor porcentaje, 42%, seguido del rango de 6 a 11 años con un 37%. Los

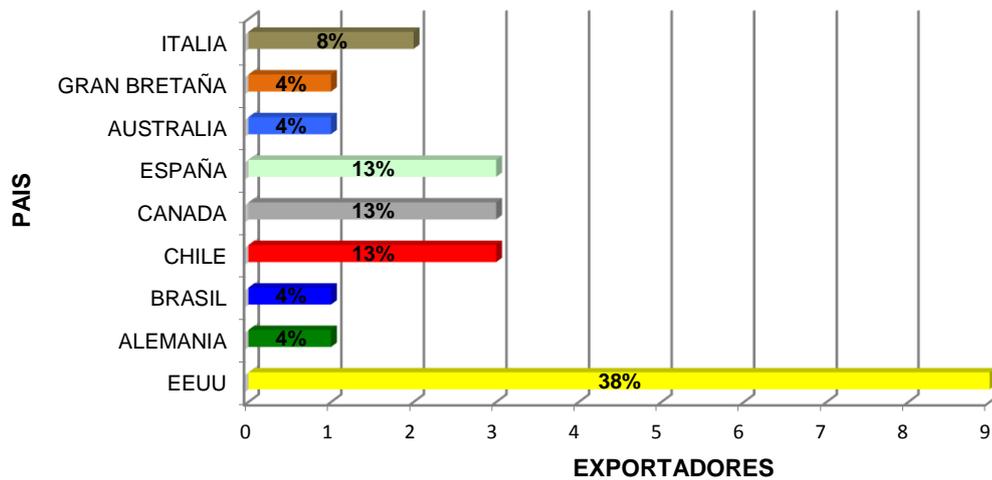
exportadores con más de 20 años de experiencia concentran el 13%, mientras que el 8% lo constituye los exportadores que tienen de 1 a 5 años. Es importante resaltar que ninguno de los encuestados cuenta con menos de 1 año de experiencia, alternativa que también fue considerada en el cuestionario.

GRÁFICO No. 20: SERVICIO MÁS EXPORTABLE



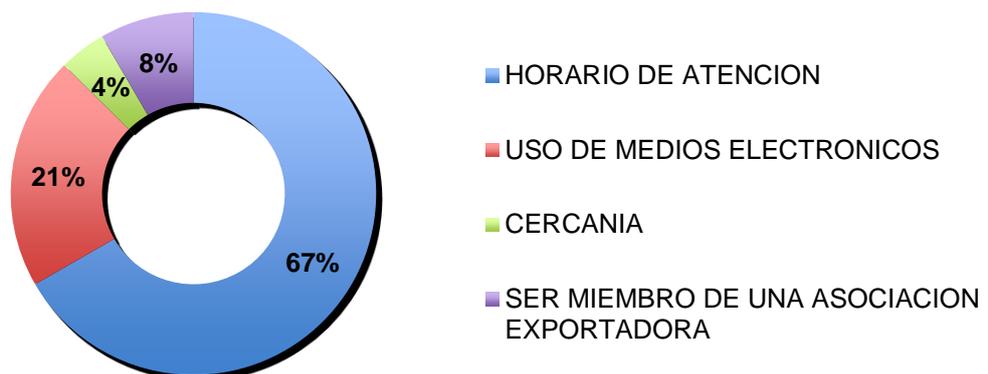
Por sus características técnicas, la traducción resulta ser el **servicio más exportable**, así lo precisa el Gráfico No. 20 y lo considera el 96% de los encuestados. Esto se debe a que la traducción como servicio exportable puede ser suministrada a través del comercio transfronterizo, mientras que la interpretación exige el traslado de personas físicas en el exterior, suministro que lo convierte en un servicio poco exportable, de ahí que sólo concentra el 4% según los exportadores encuestados.

GRÁFICO No. 21: DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN



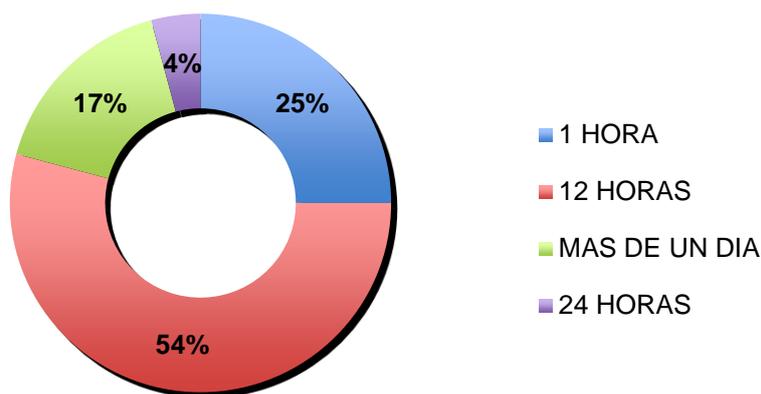
Los Estados Unidos representa el principal **destino de las exportaciones peruanas de servicios de traducción e interpretación** concentrando un 38%, seguido de Chile, España y Canadá con un 13%, respectivamente, Gran Bretaña, Australia, Brasil y Alemania concentran un 16%, distribuido proporcionalmente, mientras que Italia comprende un 8%. Con estos resultados queda demostrado que los Estados Unidos continua siendo el mercado internacional más grande y atrayente para cualquier economía emergente.

GRÁFICO No. 22: INDICADORES PARA LA OPORTUNA ATENCIÓN DEL CLIENTE EXTRANJERO



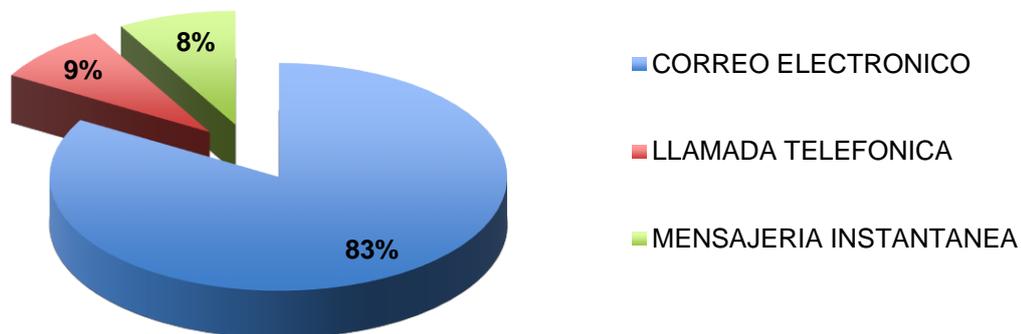
Entre los **indicadores para atender oportunamente al cliente extranjero**, el Gráfico No. 22 establece que el horario de atención representa un factor clave para el exportador de servicios de traducción e interpretación, así lo demuestra el 67% de los encuestados, mientras que el uso de medios electrónicos tales como internet, en particular, representa un 21%, seguido del 8% que señaló que ser miembro de una asociación exportadora es un tercer indicador importante para atender al cliente extranjero. Sólo un 4% indicó que la cercanía con el país de destino de las exportaciones de servicios de traducción e interpretación representa también un indicador para atender oportunamente al cliente extranjero.

GRÁFICO No. 23: TIEMPO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EXTRANJERO



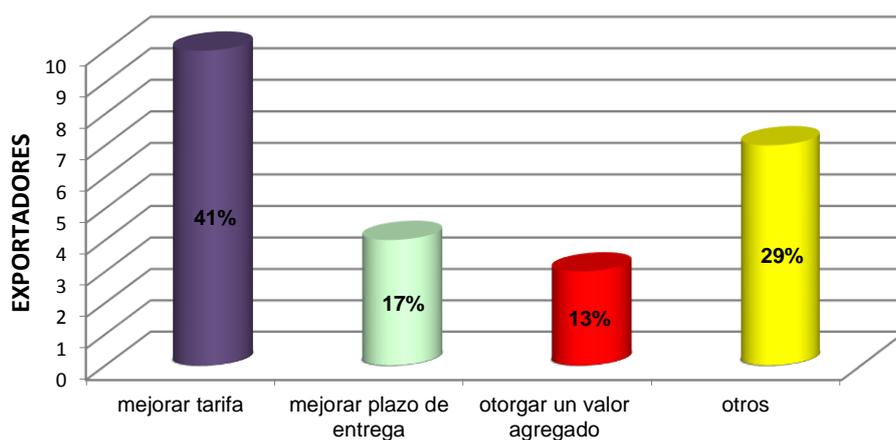
El Gráfico No. 23 determina que el 54% de los exportadores de servicios de traducción e interpretación atiende al cliente extranjero en un lapso de 12 horas, un 25% lo hace dentro de la primera hora de recibido un requerimiento de traducción o interpretación, un 4% le toma hasta 24 horas atender dicho requerimiento y un 17% le lleva más de un día. Cabe destacar que la diferencia horaria entre el Perú y los países de Europa, particularmente, condiciona el **tiempo de atención al cliente extranjero**.

GRÁFICO No. 24: MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA ATENDER AL CLIENTE EXTRANJERO



En el Gráfico No. 24, se proyecta los **medios de comunicación más utilizados por el exportador** de servicios de traducción e interpretación al momento de atender al cliente extranjero. El uso del correo electrónico representa el 83% y la mensajería instantánea de las redes sociales (Whatsapp, Instagram, Messenger, Twitter), el 8%. Solo un 9% recibe llamadas telefónicas en estos casos. El uso de los dos primeros medios de comunicación se debe a que, por escrito, quedan formalmente registrados los requerimientos para una traducción o interpretación.

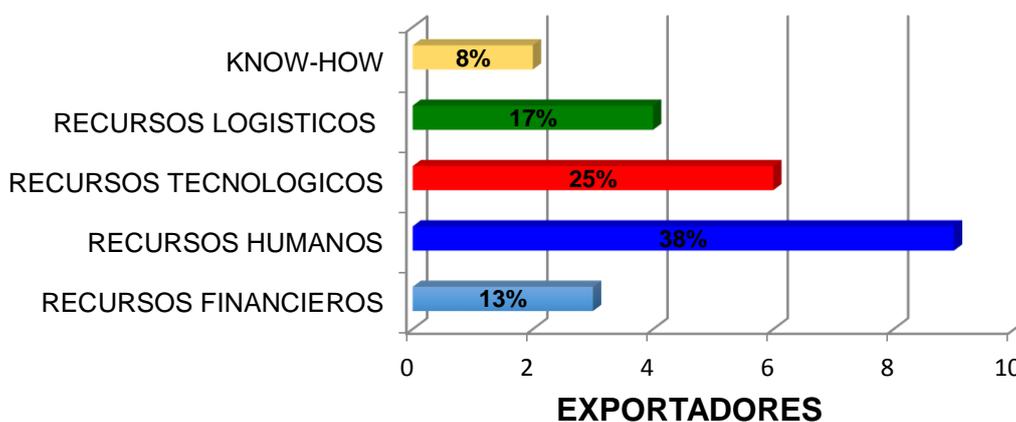
GRÁFICO No. 25: ESTRATEGIAS EN CASO DE NO HABER ATENDIDO OPORTUNAMENTE AL CLIENTE EXTRANJERO



Y cómo proceder en caso que el cliente extranjero no haya sido oportunamente atendido. El 41% de los encuestados indicó que mejorando la tarifa puede concretar esa orden de servicio casi perdida. Un 29%, sin embargo, indicó otras estrategias tales como transferir el requerimiento a un colega, mientras que el 17% y el 13% señalaron que mejorando la tarifa y otorgando un valor agregado pueden retomar las coordinaciones con ese cliente que no fue atendido oportunamente.

4.2.2 Capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación

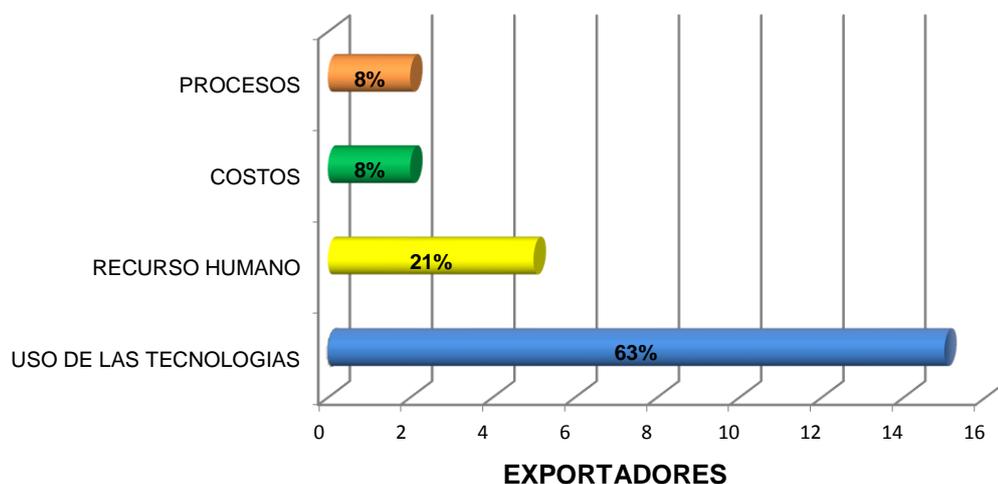
GRÁFICO No. 26: RECURSOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS PARA EXPORTAR



Con respecto al Gráfico No. 26 sobre los **recursos administrativos y operativos con los que cuenta el exportador** de servicios de traducción e interpretación para vender en el exterior, el 38% indicó que requiere de recursos humanos, seguido de un 25% que requiere recursos tecnológicos tales como los software de traducción (Trados, Dejavu, Wordfast, etc.) los cuales son una herramienta indispensable para brindar sus servicios de

traducción en el exterior. Un 17% requiere de recursos logísticos, mientras que el 13% indicó que requiere de recursos financieros. Sólo un 8% manifestó que el know how es importante para exportar.

GRÁFICO No. 27: ASPECTOS DE LA CAPACIDAD OPERATIVA A SER FORTALECIDOS

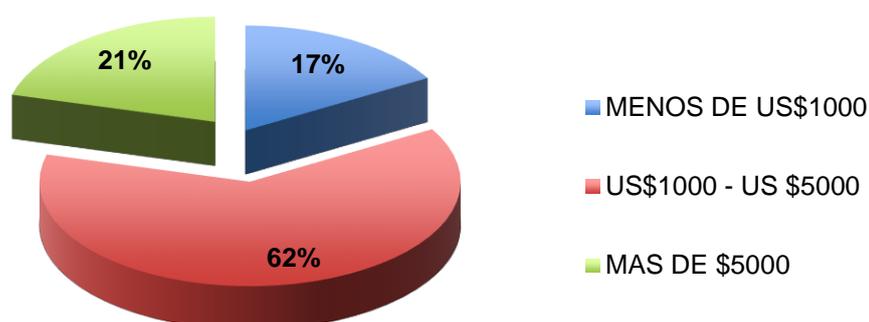


Aun cuando los recursos tecnológicos no representan un factor clave en la exportación de servicios de traducción e interpretación, el Gráfico No. 27, muestra que el 63% de los encuestados precisó que, en el caso de los servicios de traducción, el uso de las tecnologías (software y hardware) debe ser fortalecido ya que su implementación facilita la optimización del proceso de traducción. Un 21% manifestó que el recurso humano debe ser también fortalecido en el entendido que los traductores e intérpretes deberían contar con otros idiomas como herramientas de trabajo y tener un mayor nivel de competencia lingüística en idiomas de mayor demanda (inglés). Los costos y los procesos corresponden un 8% respectivamente, lo que significa que los exportadores de servicios de traducción e

interpretación carecen de conocimientos con respecto a la gestión por procesos orientado a resultados.

4.2.3 Utilidad por las exportaciones de servicios de traducción e interpretación

GRÁFICO No. 28: UTILIDAD POR LAS EXPORTACIONES



En este último Gráfico No. 28, sobre la **utilidad mensual por las exportaciones**, el 62% de los exportadores de servicios de traducción e interpretación declaró tener una utilidad mensual de US\$ 1000 a 5000, mientras que el 21% manifestó obtener una utilidad mensual por encima de los US\$ 5000. Esto se debe a que la mayoría de las empresas encuestadas viene desarrollando una gestión comercial y buenas prácticas de servicio al cliente con el fin de alcanzar resultados que les permiten maximizar sus utilidades. Asimismo, un personal calificado, políticas de gestión internas y la identificación de sus procesos juegan un papel importante para alcanzar dichos resultados en estas empresas exportadoras. Solo un 17% de los encuestados indicó conseguir una utilidad mensual por debajo de los US\$ 1000.

4.3 Propuesta de Valor

En virtud de lo arriba analizado e interpretado, resulta imperativo plantear como propuesta de valor un procedimiento que incentive el desarrollo de acuerdos o convenios de reconocimiento mutuo entre los organismos profesionales del Perú y de otros países, así como un procedimiento modelo para el licenciamiento y certificación de proveedores de servicios profesionales. Para lograr estos objetivos, el presente trabajo de investigación propone, gracias a los datos proporcionados por los exportadores peruanos de servicios de traducción e interpretación, fomentar entre los organismos profesionales del Perú tales como el Colegio de Traductores del Perú (CTP) la elaboración de normas y criterios, mutuamente aceptables para el otorgamiento de licencias y certificados a proveedores de servicios profesionales de traducción e interpretación, así como a presentar recomendaciones sobre su reconocimiento académico – profesional en otros países. Las normas y criterios podrán elaborarse en relación a los siguientes aspectos:

(a) educación – acreditación de instituciones educativas y de programas académicos en donde se imparte la carrera técnica y universitaria de traducción e interpretación;

(b) exámenes – exámenes de calificación para la obtención de licencias, inclusive métodos alternativos de evaluación, tales como exámenes orales y entrevistas que certifiquen la educación así como las competencias profesionales para prestar los servicios de traducción e interpretación;

- (c) experiencia – duración y puestos de trabajo en entidades privadas y públicas como traductor e interprete, como requisitos para obtener una licencia;
- (d) conducta y ética – normas de conducta profesional y la naturaleza de las medidas disciplinarias en caso de la contravención de esas normas;
- (e) desarrollo profesional y renovación de la certificación – educación continua y los requisitos correspondientes para conservar el certificado profesional de traductor e intérprete;
- (f) ámbito de acción – alcance y límites de las actividades de traducción e interpretación debidamente autorizadas;
- (g) conocimiento local – requisitos sobre el conocimiento de aspectos tales como las leyes, las regulaciones, idioma, la geografía o el clima locales del Perú y otros países; y
- (h) protección al consumidor – incluyendo requisitos alternativos al de residencia, tales como fianza, seguro sobre responsabilidad profesional y fondos de reembolso al cliente para asegurar la protección a los consumidores de los servicios de traducción e interpretación.

Asimismo, se propone promover el reconocimiento mutuo de estándares y criterios y el licenciamiento temporal, así como, considerar el establecer un programa de trabajo conjunto con los organismos profesionales del Perú (CTP) y de otros países tales como la *American Translators Association* – ATA (Asociación Americana de Traductores) para elaborar procedimientos relativos al otorgamiento de licencias temporales por las autoridades

competentes. Para ello, se propone consultar a los organismos profesionales para obtener recomendaciones sobre:

(a) la elaboración de procedimientos para otorgar licencias temporales a traductores e intérpretes para prestar sus servicios profesionales en otros países;

(b) la elaboración de procedimientos modelo para que las autoridades competentes los adopten en todo el territorio con el fin de facilitar el otorgamiento de licencias temporales a los traductores e intérpretes;

(c) las jurisdicciones regionales a las cuales debe dárseles prioridad en cuanto a la elaboración de procedimientos para otorgar licencias temporales; y

(d) otros asuntos de mutuo interés referentes al otorgamiento de licencias temporales a traductores e intérpretes que se hayan identificado en dichas consultas.

Asimismo, el presente trabajo de investigación propone que las autoridades competentes del Perú y de otros países implementen las recomendaciones arriba descritas en un plazo acordado mutuamente, así como que los organismos profesionales del Perú y de otros países celebren reuniones con el fin de cooperar en la elaboración de recomendaciones conjuntas sobre los asuntos mencionados anteriormente. Estas recomendaciones así como los avances logrados deberían quedar plasmados en un informe anual elaborado por una comisión de trabajo representada por las autoridades competentes y los organismos profesionales de los países.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Tras revisar la evidencia científica disponible hasta la fecha, no se cuenta con datos estadísticos sobre la exportación de servicios de traducción e interpretación en el Perú, por lo que determinar la influencia de un acuerdo comercial como el APC Perú – Estados Unidos sobre dichas exportaciones representa el principal objetivo de este trabajo de investigación, de ahí que el presente capítulo busque analizar, comparar e interpretar los resultados de esta investigación con los de otros autores para corroborar si hay concordancia o no entre ellos.

Como se mencionó anteriormente, este trabajo de investigación se propuso con el objetivo de determinar la influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos sobre la exportación de servicios de traducción e interpretación ante la falta de datos estadísticos sobre la industria peruana de la traducción e interpretación durante el periodo comprendido del 2011 al 2018, en este sentido la primera interrogante fue establecer los indicadores académicos y socio profesionales para la subcontratación de servicios de traducción e interpretación; en donde el Nivel de Instrucción de los encuestados (88%) es superior universitaria, lo

que significa que los exportadores de servicios de traducción e interpretación han cursado 10 semestres académicos de la carrera de traducción e interpretación durante 5 años. Asimismo, en cuanto al Ejercicio de la Profesión, el 96% de los exportadores de servicios de traducción e interpretación ejerce de manera dependiente e independiente, es decir que además de trabajar para una empresa, puede atender los requerimientos de traducciones e interpretaciones de su propia cartera de clientes. Estos resultados guardan relación con los resultados obtenidos por Escobedo y Garvich (2016) quienes concluyen que el 100% de sus traductores de planta entrevistados proceden de la Universidad Ricardo Palma y de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón – UNIFE. Del mismo modo, los resultados coinciden con los hallazgos de Mbotake (2015) en donde 36 traductores entrevistados en Camerún, el 80%, ejercen también la profesión de manera dependiente e independiente. Ello es acorde con lo que en este trabajo de investigación se plantea.

En lo que respecta a conocer la especialización del personal a cargo de los servicios de traducción e interpretación, cabe señalar que existen ciertos indicadores que determinan el grado de especialización tales como el Idioma de Trabajo en donde los resultados arrojan que los más empleados son el inglés y el español con un 29%, respectivamente, y el portugués con un 17%, asimismo el Evento a Interpretar más solicitado es la interpretación de conferencias con un 54%. En este punto los datos tienen relación con los hallazgos del estudio de Mbotake en donde el 70% de los traductores profesionales en Camerún se les solicita traducir a idiomas B,

es decir a idiomas extranjeros, en tanto García (2011) y Franco (2011) concluyen que el 42% de las empresas colombianas requieren servicios de interpretación para sus reuniones de negocios o eventos. Ello es nuevamente acorde con lo que en este trabajo de investigación se habla.

Con respecto a conocer la diversificación de servicios del exportador de servicios de traducción e interpretación, los resultados indican que los exportadores de servicios de traducción e interpretación prestan también como Servicio Adicional o Complementario los servicios de edición, revisión y corrección de estilo (33%), siendo la subcontratación (71%) la Forma de Trabajo más empleada para brindar dichos servicios. Estos hallazgos son contrastables con Franco (2011) quien señala que las actividades que acompañan a la prestación de servicios de traducción e interpretación son corrección de estilo, revisión y edición, doblaje y subtitulado, transcripción, localización, trabajo terminológico, supervisión y coordinación de proyectos de traducción e interpretación, redacción de documentos en idiomas distintos al español, enseñanza de idiomas, traducción, teoría de la traducción, entre otras. Por el contrario, el estudio de Franco (2011) revela que el personal interno de las 26 empresas colombianas encuestadas se encarga de corregir los documentos sin tener que recurrir a la subcontratación de servicios adicionales o complementarios a la traducción e interpretación. En este punto, el resultado de la presente investigación no concuerda con lo referido por el autor.

En lo concerniente a establecer la Capacidad de Respuesta al Cliente Extranjero, los resultados obtenidos en la presente investigación muestran que el Servicio Más Exportable es la traducción (96%) toda vez que el suministro de este servicio en el extranjero se da a través del comercio transfronterizo, esto es a través de canales electrónicos como el correo electrónico o mensajería instantánea facilitando de este modo la entrega rápida y oportuna del servicio. Del mismo modo, los resultados evidencian que el 38% de los exportadores de servicios de traducción e interpretación tienen como Principal Destino de sus Exportaciones a los Estados Unidos. Ambos resultados son consistentes con lo planteado por el Informe de Investigación de Mercado de los Servicios de Traducción - Proyecciones 2023 (Translation Service Market Research Report – Forecast 2023) el cual estima que el mercado mundial de los servicios de traducción crece a una escala prometedora para los próximos años, teniendo como principal destino geográfico Norte América. En este sentido, los resultados coinciden con lo que en este trabajo de investigación se desarrolla.

Con respecto a conocer la capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación, el 63% de los exportadores de servicios de traducción e interpretación encuestados señaló que el uso de las tecnologías tales como las memorias de traducción es un aspecto de la Capacidad Operativa que debe ser fortalecido para facilitar la optimización del proceso de traducción. Asimismo, el 29% de los exportadores precisó que los recursos financieros son los principales Recursos con los que cuenta el traductor e intérprete para exportar, seguido del know-how (21%)

y los recursos humanos (17%). Estos datos proporcionan soporte concluyente con lo hallado por García (2011) y Franco (2011) en sus estudios sobre optimizar los procesos de traducción y la gestión de la traducción que permitirá que las compañías ahorren tiempo y recursos evitando que dichos procesos se lleven a cabo de manera diferente sin la garantía de contar con un producto de calidad que satisfaga la necesidad de la empresa. Si bien los autores no hacen una precisión clara con respecto al uso de las tecnologías es claro que los traductores e intérpretes hoy en día requerimos de herramientas tecnológicas para perfeccionar el trabajo y resultar ser más efectivos. Del mismo modo, los datos de Sentz (2012) revelan el crecimiento exponencial de las empresas de traducción entre el 2007 y el 2012 en algunos estados de los Estados Unidos, y por ende un crecimiento significativo en la contratación de traductores siendo California el estado que concentra 4330 empleados y 1500 nuevos puestos de trabajo lo que equivale al 52% del crecimiento. En este sentido los datos de la presente investigación parecen ser consistentes con los de otras investigaciones previas.

Finalmente, en relación al sexto y último objetivo, conocer la Utilidad del exportador de servicios de traducción e interpretación, los resultados de la presente investigación al respecto guardan estrecha relación con los del Estudio Económico sobre las Compañías Lingüísticas Canadienses: Traducción, Interpretación y Formación en Idiomas (*Survey of Language Industry Companies in Canada: Translation, Interpretation and Language Training*) elaborado por *Industry Canada* y publicado en Agosto de 2006, ya

que el 62% de las exportaciones peruanas de servicios de traducción e interpretación arrojan utilidades entre US\$ 1000 y US\$5000 mensuales, mientras que las compañías canadienses de traducción que exportan ganan un promedio de \$271 000 por exportaciones anuales. Sin duda alguna, este hallazgo concuerda estadística y teóricamente con lo planteado en la presente investigación.

CONCLUSIONES

- I. La suscripción e implementación de acuerdos comerciales como el APC Perú – Estados Unidos de América dinamizan la participación y apertura comercial del mercado peruano en materia de servicios profesionales determinando, de este modo, la influencia de estos acuerdos bilaterales en la exportación de servicios de traducción e interpretación.
- II. El establecimiento de indicadores académicos y socio-profesionales para la subcontratación de traductores e intérpretes es determinante para construir el perfil del exportador de servicios de traducción e interpretación, el cual permitirá garantizar que dichos servicios sean oportunos y de calidad.
- III. La presencia de un personal con conocimiento y especialización técnica en las empresas de traducción e interpretación permite la prestación de servicios especializados tales como traducciones e interpretaciones en minería, medicina, construcción metal-mecánica, entre otros, facilitándole al cliente extranjero una confiable atención de sus requerimientos.

- IV. La prestación de servicios adicionales o complementarios tales como transcripción de textos, corrección y edición de estilo, doblaje, subtulado, entre otros permite que el exportador de servicios de traducción e interpretación logre diversificar su oferta exportable al cliente extranjero.
- V. La capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación establece que una atención rápida y oportuna depende de la experiencia exportadora del traductor e intérprete, la misma que se encuentra determinada por una serie de indicadores que permiten la satisfacción del cliente extranjero al contar no sólo con una traducción y/o interpretación de calidad, sino además con un colaborador que lo atiende eficaz y oportunamente.
- VI. La capacidad operativa garantiza que el exportador de servicios de traducción e interpretación cuente con recursos disponibles para la atención oportuna de los requerimientos del cliente extranjero. Al tomar en cuenta estos recursos disponibles, el exportador de servicios de traducción e interpretación podrá mejorar aquellos aspectos que no se encuentran debidamente fortalecidos.
- VII. La apertura comercial del Perú a través de la suscripción e implementación de acuerdos comerciales, tales como el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos, genera un mercado atractivo y favorable para que el exportador de servicios de traducción e interpretación maximice sus utilidades.

RECOMENDACIONES

- I. Fomentar entre los exportadores de servicios de traducción e interpretación una participación más activa y constante con respecto a la implementación de la presente propuesta de valor descrita en este trabajo de investigación como parte del compromiso comercial establecido en el APC Perú – Estados Unidos de América.

- II. Construir un perfil y una ruta exportadora de servicios de traducción e interpretación con el fin de promover y facilitar estas actividades comerciales en todo el Perú, y de difundir los beneficios de ser exportador de servicios.

- III. Proponer que las instituciones de educación superior en la enseñanza de la carrera de traducción e interpretación, como parte del currículo académico, impartan cursos en comercio exterior relacionados especialmente a la exportación de servicios de traducción e interpretación, así como talleres de Interpretación Simultánea Remota (ISR) de manera que los futuros profesionales de traducción e interpretación cuenten con preparación académica acorde con los

avances tecnológicos y con las medidas de bioseguridad requeridas en tiempos de pandemia y/o crisis mundial.

- IV. Promover, por las exigencias de un mercado nacional e internacional cada vez más segmentado, la especialización en la carrera de traducción e interpretación con mención en diferentes especialidades, de manera que la demanda sea atendida por una amplia oferta técnica y especializada.
- V. Incentivar a que los exportadores de servicios de traducción e interpretación diversifiquen sus servicios adicionales o complementarios, así como promocionen y/o publiciten sus servicios profesionales a través de diferentes ferias internacionales con el único propósito de dar a conocer su oferta exportable mediante el networking.
- VI. Plantear al Colegio de Traductores del Perú y otros gremios profesionales de traducción e interpretación la conformación de un comité encargado de elaborar normas y criterios para el otorgamiento de licencias y certificados a proveedores de servicios profesionales de traducción e interpretación, así como el reconocimiento académico – profesional de traductores e intérpretes en otros países.
- VII. Diseñar y/o incluir otros indicadores que midan la capacidad operativa y la capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero con el fin de atender oportunamente las ordenes de servicio de traducción, interpretación y servicios adicionales o complementarios.

FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Canadian Translation Industry Sectoral Committee. (2006). Survey of Language Industry Companies in Canada: Translation, Interpretation and Language Training. Canada. p. 117.
2. Chumpitaz, T. y Miranda L. (2003). Diagnóstico Situacional del Intérprete de Conferencias en Lima Metropolitana. Universidad Femenina del Sagrado Corazón (UNIFE).
3. Escobedo Quintana, S., & Garvich Claux, M. (2017). El mercado de la traducción de planta en Lima (Perú). EN Revista Comunicación, Cultura y Política, Vol. 7. p. 159-190.
4. Franco Bello, Carlos Alberto. (2011). Traducción empresarial en el mundo globalizado de hoy. EN Revista Escuela de Administración de Negocios, No. 70. Universidad EAN, Bogotá, Colombia. p. 132-146.
5. García Trujillo, Wilson Hernando. (2011). Una propuesta que apunta a la integración de traducción y empresa. EN Revista Escuela de Administración de Negocios, No. 70. Universidad EAN, Bogotá, Colombia. p. 68-77.
6. Granda Caraza, Mario. (2014). El Perú y el comercio internacional: una visión global". EN Revista Gestión en el Tercer Milenio, Vol. 2, No. 30. Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). p. 81-90
7. Grande, Ildfonso. (2005). Marketing de los Servicios. Ed. ESIC, Madrid. p. 422.
8. Gutiérrez Vizcarra, Oscar. (2017). La exportación de servicios en el Perú: realidad y perspectivas. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
9. Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI. (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas - CIIU, Revisión 4, Lima, Perú. p. 267.
10. Jacobs R., Aquilano N. y Chase R. (2009). Administración de Operaciones. Ed. McGraw-Hill, New York. p. 802.
11. López Giral, Dorotea y Muñoz Navia, Felipe. (2016). El comercio de servicios y el desarrollo: una discusión en curso". EN Revista Sociedad y Economía, No. 30. Universidad del Valle, Cali, Colombia. p. 255-280
12. Market Research Future. (2018). Translation Service Market Research Report - Forecast 2022. Recuperado en <https://www.marketresearchfuture.com/reports/translation-service-market-1400>

13. Quiroz Peña, Elmer. (2013). Evaluación del impacto del tratado de libre comercio con los estados unidos y perspectivas del tratado de libre comercio con china sobre la economía peruana. Universidad de San Martín de Porres (USMP).
14. Sakwe, G. M. (2015). The Standard Profile of the 21st Century Translator and its Impact on Translator Training. EN International Journal of English Language & Translation Studies. Vol. 3. p. 86-104
15. Sentz, Rob. (2012). Industry Report: Translation and Interpretation Services. Recuperado en <https://www.economicmodeling.com/2012/03/21/industry-report-translation-and-interpretation-services/>
16. Sierra Bravo, R. (1999). Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios. Ed. Paraninfo. España. p. 713.
17. Zavala Lozano, Víctor. (2017). Pautas para exportar servicios sin IGV. EN Revista La Cámara. Cámara de Comercio de Lima (CCL). p.18-21.

MATRIZ DE CONSISTENCIA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

“Influencia del APC Perú – EEUU en la exportación de servicios de traducción e interpretación, Período 2011-2018”

PROBLEMA GENERAL Y ESPECIFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL ¿De qué manera el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos ha influido en la exportación de servicios de traducción e interpretación durante el período comprendido del 2011 al 2018?</p>	<p>GENERAL Determinar la influencia que el Acuerdo de Promoción Comercial Perú – EE.UU ha ejercido en la exportación de servicios de traducción e interpretación durante el período comprendido del 2011 al 2018.</p>	<p>Variable Independiente: <i>La Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú - EE.UU.</i></p> <p>Dimensiones 1. Subcontratación de traductores e intérpretes.</p>	<p>Diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicada • No Experimental <p>Población: 50 exportadores de servicios de traducción e interpretación.</p> <p>Muestra: 24 exportadores de servicios de traducción e interpretación.</p> <p>Técnicas: De recolección de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental • Encuesta <p>De procesamiento: SPSS versión 21</p> <p>Aspectos éticos Se ha procurado en todo momento objetividad y respeto por la verdad y el conocimiento, ya que esperamos que los resultados de este estudio y las recomendaciones planteadas tengan consecuencias positivas que puedan contribuir a mejorar las condiciones de los profesionales de la traducción e interpretación y la eficiencia del comercio internacional.</p>
<p>ESPECIFICO 1 ¿Qué indicadores académicos y socio-profesionales se toman en cuenta para la subcontratación de servicios de traducción e interpretación?</p>	<p>ESPECIFICO 1 Establecer indicadores académicos y socio-profesionales para la subcontratación de servicios de traducción e interpretación.</p>	<p>2. Especialización del personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación.</p>	
<p>ESPECIFICO 2 ¿En qué se ha especializado el personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación?</p>	<p>ESPECIFICO 2 Conocer la especialización del personal encargado de prestar los servicios de traducción e interpretación.</p>	<p>3. Diversificación de servicios.</p>	
<p>ESPECIFICO 3 ¿Cómo ha diversificado sus servicios el exportador de servicios de traducción e interpretación?</p>	<p>ESPECIFICO 3 Conocer la diversificación de servicios por parte del exportador de servicios de traducción e interpretación.</p>	<p>Variable Dependiente: <i>Exportación de Servicios de Traducción e Interpretación</i></p>	
<p>ESPECIFICO 4 ¿Qué indicadores se toman en cuenta para atender al cliente extranjero que solicita los servicios de traducción e interpretación desde el Perú?</p>	<p>ESPECIFICO 4 Establecer la capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero.</p>	<p>Dimensiones 1. Capacidad de respuesta del exportador de servicios de traducción e interpretación al cliente extranjero.</p>	
<p>ESPECIFICO 5 ¿Cuál ha sido la capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación?</p>	<p>ESPECIFICO 5 Conocer la capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación.</p>	<p>2. Capacidad operativa del exportador de servicios de traducción e interpretación.</p>	
<p>ESPECIFICO 6 ¿Cuál ha sido la utilidad del exportador de servicios de traducción e interpretación?</p>	<p>ESPECIFICO 6 Conocer la utilidad del exportador de servicios de traducción e interpretación.</p>	<p>3. Utilidad por las exportaciones de servicios de traducción e interpretación.</p>	

ANEXO
Validación del Instrumento
 Informe de Juicio de Experto sobre Instrumento de Investigación

I. DATOS GENERALES

- Título del Proyecto de Investigación: *La Influencia del Acuerdo de Promoción Comercial Perú – Estados Unidos en la exportación de servicios de traducción e interpretación, Período 2011 – 2018*
- Nombres y Apellidos de la Alumna: *Teresa Emilia Chumpitaz Garcés*
- Grado Académico: *Maestría en Relaciones Internacionales*
- Instrumento motivo de evaluación: *Cuestionario*
- Autor del instrumento: *Teresa Emilia Chumpitaz Garcés*

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Deficiente (1) Aceptable (2) Bueno (3) Excelente (4)

CRITERIOS	INDICADORES	INDICADORES			
		1	2	3	4
Claridad	Los ítems están bien formulados y el lenguaje es apropiado.			X	
Objetividad	Los ítems permiten medir las variables en todas sus dimensiones y aspectos conceptuales.			X	
Actualidad	El instrumento evidencia vigencia acorde con los conocimientos actuales.				X
Organización	Los ítems traducen organicidad lógica en concordancia con el objeto de investigación.			X	
Suficiencia	Los ítems del instrumento expresan suficiencia en cantidad y calidad.			X	
Intencionalidad	Los ítems son adecuados para examinar el contenido y medir el problema de investigación.		X		
Consistencia	La información que se obtendrá mediante este instrumento permitirá describir, analizar y explicar la realidad motivo de la investigación.			X	
Coherencia	Los cuatro ítems del instrumento son coherentes y fáciles de entender por el entrevistado.			X	
Metodología	Las preguntas de este instrumento responden al propósito de la investigación.			X	
Pertinencia	Son oportunas y adecuadas estas preguntas.			X	
	SUBTOTAL		2	24	4
	TOTAL			30	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Las preguntas son correctas.

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN:

30 (promedio 3)

Maurice Guindani

**CUESTIONARIO SOBRE LA INFLUENCIA DEL ACUERDO DE PROMOCIÓN
COMERCIAL PERÚ – ESTADOS UNIDOS EN LA EXPORTACIÓN DE
SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN, 2011 - 2018**

PRIMERA SECCIÓN: LA INFLUENCIA DEL APC PERÚ – EE.UU.

A. SUBCONTRACIÓN DE TRADUCTORES E INTÉRPRETES

a.1 Datos del Subcontratista

1. ¿Dónde nació usted?

--	--	--

2. ¿Cuál es su nacionalidad?

País Departamento/Estado Provincia/Ciudad

3. ¿Qué edad tiene usted?

_____ años de edad

4. ¿Cuál es su estado civil?

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Soltero(a)

Casado(a)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Conviviente

Separado(a)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Divorciado(a)

Viudo(a)

5. ¿Qué nivel de instrucción alcanzó usted?

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Superior Técnica No Universitaria

Otros: _____

<input type="checkbox"/>

Superior Universitaria

6. ¿Cuál es su ocupación principal?

7. ¿Dónde labora?

8. ¿Cuál es su ingreso total mensual aproximadamente? _____

a.2 Ejercicio Profesional del Subcontratista

9. ¿Cuántos años lleva usted prestando los servicios de traducción y/o interpretación?

- Menos de 1 año
- 1 – 5 años
- 6 – 11 años
- 12 – 20 años
- Más de 20 años

10. ¿Qué actividad comercial realiza con mayor frecuencia?

- Traducción
- Interpretación
- Otro (especifique): _____

11. ¿Cómo presta usted los servicios de traducción e interpretación?

- En forma dependiente
- En forma independiente
- En forma dependiente e independiente

12. Si usted dirige un estudio de traducción, ¿cuántos trabajadores tiene a su cargo?

- Menos de 5 trabajadores
- De 6 a 10 trabajadores
- De 11 a 20 trabajadores
- Más de 20 trabajadores

13. ¿En qué meses del año presta usted el mayor número de traducciones e interpretaciones?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| - Enero | <input type="checkbox"/> | - Julio | <input type="checkbox"/> |
| - Febrero | <input type="checkbox"/> | - Agosto | <input type="checkbox"/> |
| - Marzo | <input type="checkbox"/> | - Setiembre | <input type="checkbox"/> |
| - Abril | <input type="checkbox"/> | - Octubre | <input type="checkbox"/> |
| - Mayo | <input type="checkbox"/> | - Noviembre | <input type="checkbox"/> |
| - Junio | <input type="checkbox"/> | - Diciembre | <input type="checkbox"/> |

14. ¿En qué meses del año presta usted el menor número de traducciones e interpretaciones?

- | | | | |
|-----------|--------------------------|-------------|--------------------------|
| - Enero | <input type="checkbox"/> | - Julio | <input type="checkbox"/> |
| - Febrero | <input type="checkbox"/> | - Agosto | <input type="checkbox"/> |
| - Marzo | <input type="checkbox"/> | - Setiembre | <input type="checkbox"/> |
| - Abril | <input type="checkbox"/> | - Octubre | <input type="checkbox"/> |
| - Mayo | <input type="checkbox"/> | - Noviembre | <input type="checkbox"/> |
| - Junio | <input type="checkbox"/> | - Diciembre | <input type="checkbox"/> |

B. ESPECIALIZACIÓN DEL PERSONAL ENCARGADO DE PRESTAR LOS SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

15. ¿Cuál es el idioma de trabajo que más traduce y/o interpreta? Puede indicar más de uno.

- Inglés
- Francés
- Portugués
- Italiano
- Alemán
- Chino
- Japonés
- Quechua
- Otro (especifique): _____

16. ¿Qué documento(s) traduce más? Puede indicar más de uno.

- Contratos
- Sentencias
- Guías/Lineamientos
- Informes

- Noticias
- Otro (especifique): _____

17. ¿En qué evento(s) interpreta más? Puede indicar más de uno

- Conferencias
- Reuniones de trabajo
- Video – conferencias
- Cumbres / Asambleas Internacionales
- Llamadas telefónicas
- Foros
- Cursos - Talleres
- Otro (especifique): _____

18. ¿Cuál es el área(s) temática(s) que más traduce y/o interpreta? Puede indicar más de uno

- Técnico - Científicos
- Jurídicos
- Social - Humanísticos
- Económicos - Financieros
- Literarios
- Otro (especifique): _____

C. DIVERSIFICACIÓN DE SERVICIOS

19. Además de la traducción e interpretación, ¿qué otro servicio adicional o complementario a estas actividades principales ofrece?

- Transcripción
- Doblaje y subtitulado
- Edición, Revisión y Corrección de estilo
- Diseño y diagramación de textos
- Otro (especifique): _____

20. Al desarrollar uno de los servicios complementarios arriba descritos,

- Emplea personal fijo
- Subcontrata
- Ambas

SEGUNDA SECCIÓN: EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

D. CAPACIDAD DE RESPUESTA DEL EXPORTADOR DE SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN AL CLIENTE EXTRANJERO

a.1 Experiencia Exportadora

21. ¿Cuánto tiempo lleva exportando?

- Menos de 1 año
- 1 – 5 años
- 6 – 11 años
- 12 – 20 años
- Más de 20 años

22. ¿Qué servicio exporta más?

- Traducción
- Interpretación

- Otro (especifique): _____

23. ¿A qué país(es) exporta sus servicios de traducción e interpretación?

- | | | | |
|-------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| - EEUU | <input type="checkbox"/> | - España | <input type="checkbox"/> |
| - Canadá | <input type="checkbox"/> | - Francia | <input type="checkbox"/> |
| - Chile | <input type="checkbox"/> | - Alemania | <input type="checkbox"/> |
| - Argentina | <input type="checkbox"/> | - Gran Bretaña | <input type="checkbox"/> |
| - México | <input type="checkbox"/> | - Italia | <input type="checkbox"/> |
| - Colombia | <input type="checkbox"/> | - Otro (especifique): | _____ |

a.2 Atención al cliente extranjero

24. ¿De qué depende atender oportunamente a un cliente extranjero?

- | | |
|---|--------------------------|
| - Horario de atención | <input type="checkbox"/> |
| - Cercanía | <input type="checkbox"/> |
| - Contar con medios electrónicos | <input type="checkbox"/> |
| - Ser miembro de una asociación exportadora | <input type="checkbox"/> |
| - Otro (especifique): | _____ |

25. ¿Cuánto tiempo le toma atender la orden de servicio de un cliente extranjero?

- | | |
|----------------|--------------------------|
| - 1 hora | <input type="checkbox"/> |
| - ½ día | <input type="checkbox"/> |
| - 1 día | <input type="checkbox"/> |
| - Más de 1 día | <input type="checkbox"/> |

26. ¿Qué medios de comunicación utiliza para atender la orden de servicio de un cliente extranjero?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| - Teléfono | <input type="checkbox"/> |
| - Correo electrónico | <input type="checkbox"/> |
| - Mensajería instantánea | <input type="checkbox"/> |
| - Video llamada | <input type="checkbox"/> |
| - Otro (especifique): | _____ |

27. ¿Sigue algún procedimiento para atender la orden de servicio de un cliente extranjero?

- | | |
|---------|--------------------------|
| - Sí | <input type="checkbox"/> |
| - No | <input type="checkbox"/> |
| - No sé | <input type="checkbox"/> |

28. ¿A qué estrategia recurre en caso que el cliente extranjero no haya sido oportunamente atendido?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| - Mejorar la tarifa | <input type="checkbox"/> |
| - Mejorar el plazo de entrega | <input type="checkbox"/> |
| - Otorgar un valor agregado | <input type="checkbox"/> |
| - Otro (especifique): | _____ |

E. CAPACIDAD OPERATIVA DEL EXPORTADOR DE SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

29. ¿Qué recursos administrativos y operativos considera necesarios para exportar sus servicios de traducción e interpretación?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| - Recursos financieros | <input type="checkbox"/> |
| - Recursos humanos | <input type="checkbox"/> |
| - Recursos tecnológicos | <input type="checkbox"/> |
| - Recursos logísticos | <input type="checkbox"/> |

- Know – how
- Otro (especifique): _____

30. ¿Su capacidad operativa satisface la demanda de servicios de traducción e interpretación en el extranjero?

- Sí
- No
- No sé

31. ¿Qué aspecto de su capacidad operativa debe ser fortalecido?

- Recurso humano
- Equipamiento/Instalaciones
- Uso de tecnologías
- Costos
- Procesos
- Otro (especifique): _____

32. ¿Se encuentra preparado para ingresar a nuevos mercados internacionales?

- Sí
- No
- No sé

F. UTILIDAD POR LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN

33. ¿Tiene identificado los costos fijos y los costos variables por la exportación de sus servicios de traducción e interpretación?

- Sí
- No
- No sé

34. Cuando exporta, ¿a cuánto asciende su margen de utilidad respecto a sus costos totales?

- Menos de US\$ 1000
- US\$ 1000 a US\$ 5000
- Más de US\$ 5000

GUÍA DEL ENCUESTADORA

G. SEXO DEL(A) ENCUESTADO(A)

H. FECHA DE LA ENCUESTA:

I. LUGAR DE LA ENCUESTA:

J. TIEMPO DE LA ENCUESTA:

K. OBSERVACIONES:

.....

.....

.....