

# Análisis del sector de la traducción en España (2014-2015)



**Universidad  
Europea**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES



Autores del informe:

Celia Rico Pérez

Álvaro García Aragón

Este estudio se ha realizado con financiación de la Escuela de doctorado e investigación de la Universidad Europea, en el marco del proyecto P2015 UEM78

Campus de Villaviciosa de Odón, enero 2016

# Índice



1. Introducción .....	7
1.1. Objetivos del estudio .....	11
1.2. Metodología .....	13
1.3. Fases del trabajo .....	17
1.4. Miembros del equipo investigador .....	19
2. Análisis de bases de datos (fuentes secundarias) .....	21
3. Análisis de los datos de la encuesta (fuentes primarias).....	29
3.1. Perfil del sector en su conjunto .....	31
3.2. El sector empresarial .....	53
3.3. El sector autónomo .....	91
Fuentes consultadas .....	109

### *Agradecimientos*

Los miembros del equipo de investigación que han llevado a cabo este estudio quieren agradecer el tiempo, esfuerzo e interés dedicados por el grupo de profesionales que participaron en la reunión de expertos celebrada en la Universidad Europea el 26 de mayo de 2015. La relación de personas que asistieron es la siguiente:

- Juan José Arevalillo (ASPROSET, presidente; HERMES, director general).
- Gala Arias (Universidad Europea, profesora del grado en Traducción).
- María Azqueta (SEPROTEC, *Localization Director*).
- Valentín Barrantes (Nóvalo, *co-founder, CGS, chief global strategist*).
- Gabriel Cabrera (ANETI, miembro de la junta directiva).
- Margaret Clark (ASETRAD).
- Fernando Contreras (Universidad Europea, profesor del grado en Traducción).
- César Dávila (Dixit, director general).
- Pablo Fernández (ATRAE, miembro de la junta directiva).
- Livia Florensa CPSL (*Language Solutions*, CEO).
- Isabel García Adánez (ACE Traductores, secretaria general).
- Andrea Gigliani (*We word it*, socia fundadora).
- Luis Guerra (Universidad Europea, director del Departamento de Comunicación).

- Icíar López-Aranguren (*CLS Communication*, a Lionbridge company, *Country manager*).
- Manuel Mata (@tradumata, traductor).
- Paola Nieto (Universidad Europea, profesora del grado en Traducción).
- Miriam Nieto (Universidad Europea, becaria de investigación).
- Macarena Ortiz (*We word it*, socia fundadora).
- Celia Rico (Universidad Europea, investigadora principal del proyecto).
- Álvaro Salamanca (SEPROTEC, responsable de comunicación).
- Paloma Valenciano (Políglota, *Partner*).
- Ana Villalba (Dixit, *Key Account*).
- Carmen Zamorano (*DG Translation Field Office*, Comisión Europea, Representación en España, *Language Officer*).



Los asistentes a la reunión de expertos



# 1. Introducción

El último estudio de mercado de la Traducción en España se realizó en el año 2005<sup>1</sup> y desde entonces no ha habido ningún análisis formal que permita conocer el detalle de la oferta y la demanda de servicios de Traducción en nuestro país, como tampoco hay datos relativos al volumen de negocio de este sector, su composición por combinación de idiomas solicitada, modelo de negocio, necesidades del usuario, estrategia de precios o estimación del gasto en traducción. Si bien es cierto que existen algunas referencias a estas cuestiones, por ejemplo en la radiografía del sector realizada en 2008 por ANETI, en realidad la traducción parece estar ausente en las estadísticas y estudios de mercado.

En este contexto, los datos que se utilizan cuando es necesario dar una visión completa se remiten normalmente a estudios internacionales y, en concreto, a los informes elaborados por la consultora estadounidense *Common Sense Advisory* (CSA) que, en cualquier caso, tampoco aporta información específica sobre el mercado español al enmarcarlo dentro de la serie «Europa del Sur».

1. ACT (2005): *Estudio de situación del mercado español de servicios profesionales de traducción*, Asociación de Empresas de Traducción.

En el marco europeo cabe mencionar, además del mencionado estudio de CSA, el trabajo de Pym (2012) sobre el estatus de la profesión de traductor en la Unión Europea, en el que se comparan aspectos referentes a políticas lingüísticas, formación de traductores, asociaciones profesionales y tarifas aplicadas.

Sea como fuere, lo innegable es que el sector de la Traducción aporta un valor añadido en la internacionalización de las empresas y que, con un crecimiento mundial estimado del 5,8%, se hace necesario llevar a cabo una investigación sobre el mercado español para conocer datos concretos del sector.



## 1.1. *Objetivos del estudio*

El presente estudio plantea los siguientes objetivos:

- Definir el alcance del mercado de la traducción en España en cifras para delimitar el segmento de servicios empresariales de traducción frente al segmento de traductores autónomos.
- Establecer los factores prioritarios que determinan las percepciones y criterios para la contratación de servicios de traducción.
- Identificar el volumen de mercado, su tamaño y composición, así como las tendencias de futuro.

Con este proyecto, el equipo de investigación persigue, asimismo, reforzar la visibilidad del sector gracias a una actuación en la que se aportan datos inexistentes hasta el momento y que redundan en beneficio del mercado de la traducción y, por tanto, en sus posibilidades de internacionalización, innovación y generación de empleo.

En este contexto, el proyecto que aquí se presenta tiene un alto componente de innovación y define su oportunidad y necesidad en cuanto que permite detectar nuevas necesidades del sector de la traducción, promueve el acceso a nuevos mercados y servicios en los ámbitos nacional e internacional y fomenta el diseño de nuevos productos y servicios en el sector, en una colaboración fructífera entre el mundo académico y la industria.

## 1.2. *Metodología*

Para elaborar el estudio se ha empleado la metodología propia de las investigaciones de mercado, definida como la «identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades en un mercado concreto» (Malhotra 2008: 7). En este sentido, se plantearon las siguientes fases metodológicas:

1. *Definición del problema.*

- Estudio cuantitativo de las empresas de traducción y los traductores autónomos; facturación; estructura de la oferta (combinación de idiomas, especialidades, empleo de la tecnología, procesos de calidad).
- Desarrollo del enfoque del problema: definir el alcance del mercado de la Traducción en España en cifras para delimitar el segmento de servicios empresariales de traducción frente al segmento de traductores autónomos.

2. *Diseño de la investigación:*

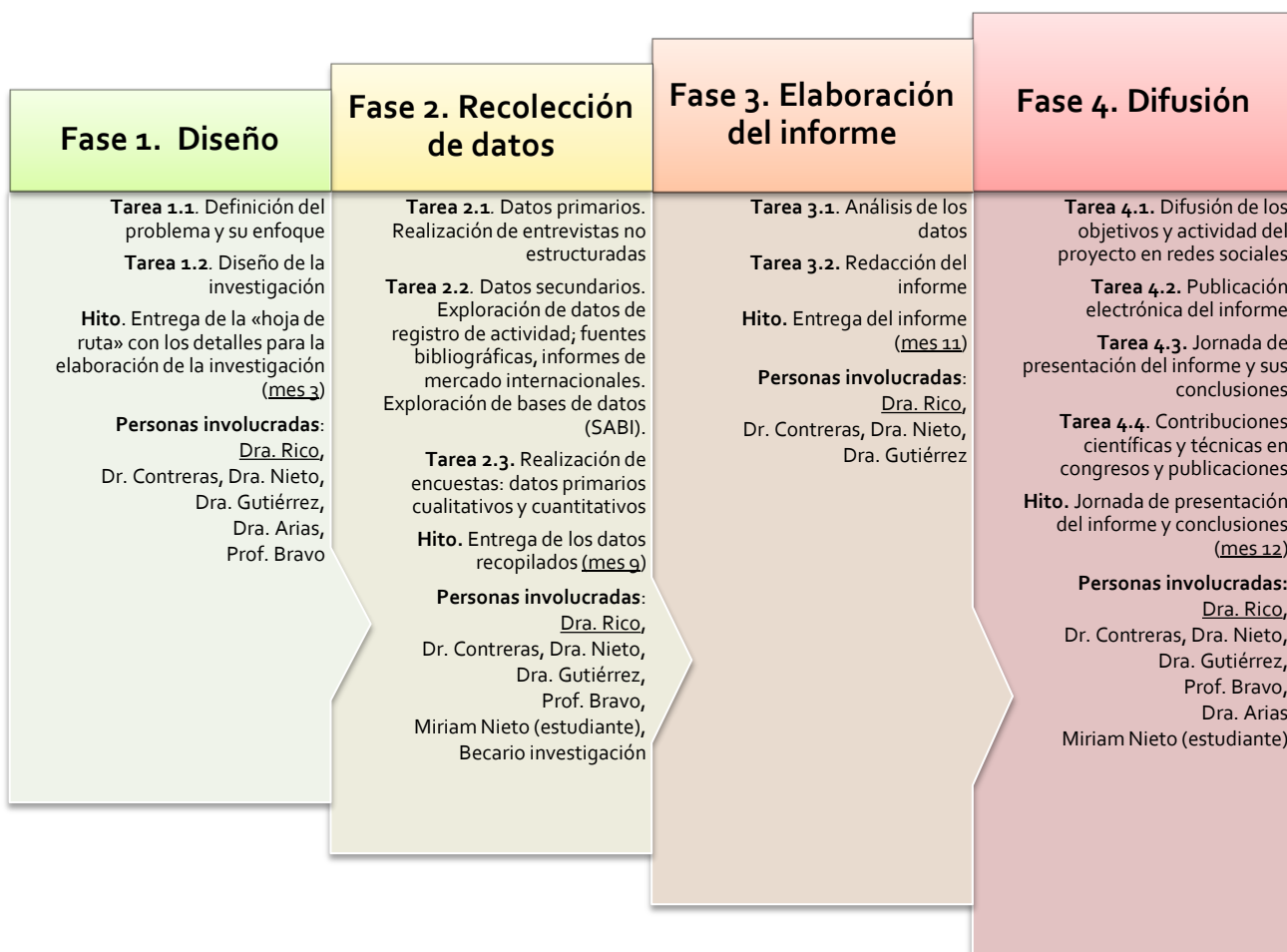
- Diseño de la investigación exploratoria con datos primarios: definición de *focus group* y tipo de entrevista no estructurada.
- Diseño de la investigación exploratoria con datos secundarios: definición de la bibliografía pertinente, acceso a bases de datos e informes de mercado relevantes para la investigación.

- Diseño de la investigación exploratoria de tipo cualitativo: definición de encuestas estructuradas.
  - Muestreo: diseño y procedimientos, determinación del tamaño de la muestra.
3. *Recolección de datos:*
- Recolección de datos primarios. Entrevistas personales no estructuradas con expertos del sector y *focus groups*.
  - Recolección de datos secundarios. Exploración de datos de registro de actividad en el Código CNAE, 7430.- Actividades de traducción e interpretación; fuentes bibliográficas, informes de mercado internacionales. Exploración de bases de datos del *Sistema de análisis de balances ibéricos (SABI)*.
  - Recolección de datos por encuestas. Datos primarios cualitativos y cuantitativos
4. *Preparación y análisis de datos.*
5. *Elaboración y presentación del informe.*



### 1.3. *Fases del trabajo*

En el siguiente gráfico se muestra el plan de trabajo con indicación de las fases, desglose de tareas, hitos y personas involucradas.



## 1.4. *Miembros del equipo investigador*

El equipo de investigación está compuesto por un grupo de profesores y estudiantes de la Universidad Europea, al que se ha unido un asesor externo.

Los miembros del equipo son los siguientes:

- Dra. Celia Rico Pérez (IP)
- Dr. Fernando Contreras
- Dra. Paola Nieto
- Dra. Victoria Gutiérrez
- Dra. Gala Arias
- Profesor Diego Bravo
- Becarios de investigación: Miriam Nieto Domínguez y Álvaro García Aragón
- Asesor externo: Enrique Torrejón Díaz

## **2. Análisis de bases de datos (fuentes secundarias)**

Para realizar el análisis de las fuentes secundarias se han recabado datos del *Sistema de análisis de balances ibéricos*, con un filtrado por empresas con datos disponibles en 2014 (a fecha 31-12-2014). Así, se han obtenido los siguientes datos globales:

Total empresas	Total ingresos explotación	Endeudamiento medio del sector	Total activo
418	163.768.990€	70,89%	139.295.693€

Fuente: elaboración propia a partir de datos del SABI

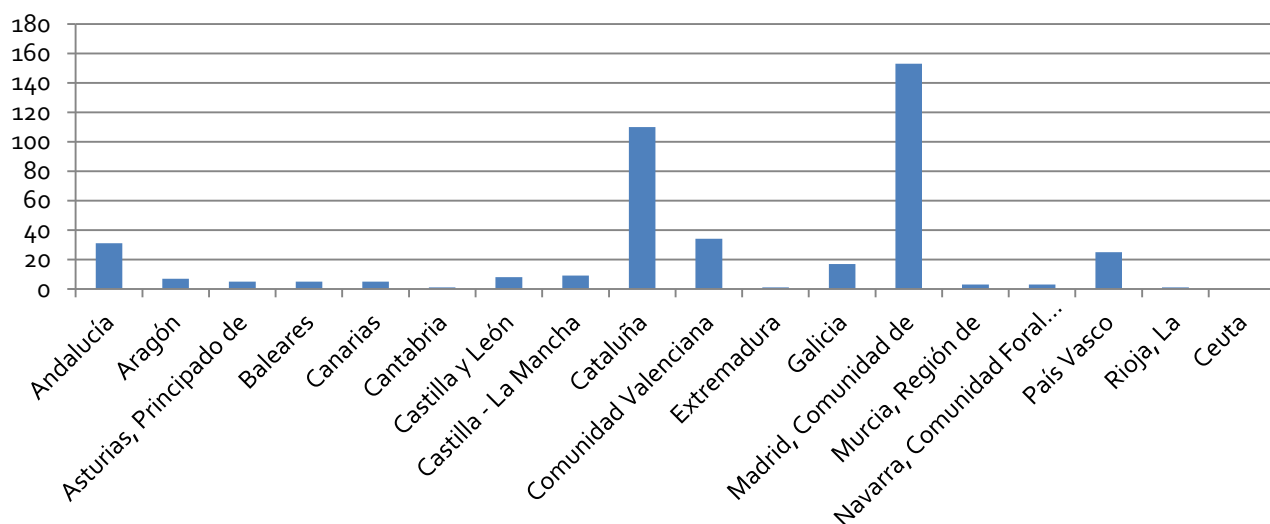
En la siguiente tabla se presenta el análisis obtenido por comunidades autónomas, con indicación de la distribución por número de empresas, total de ingresos de explotación, media de ingresos de explotación y cuota de mercado. Como se puede observar, la Comunidad de Madrid registra el mayor número de empresas (153), seguida de Cataluña (110), la Comunidad Valenciana (34) y Andalucía (31). Con respecto a los ingresos de explotación, las cuatro primeras comunidades son: Comunidad de Madrid, Cataluña, Andalucía y País Vasco. Por último, la cuota de mercado por comunidad, sitúa en primer lugar a la Comunidad de Madrid (42,5%), seguida de Cataluña (33,3%), Andalucía (7,5%) y País Vasco (7,3%).

## El sector de la traducción por comunidades autónomas (datos 2014)

Comunidad autónoma	Núm. de empresas	Total ingresos explotación	Media ingresos explotación	Cuota de mercado
Andalucía	31	12.320.486,26	397.435	7,5 %
Aragón	7	1.828.730,54	261.247	1,1 %
Asturias, Principado de	5	340.868,01	68.174	0,2 %
Baleares	5	492.754,02	98.551	0,3 %
Canarias	5	620.667,54	124.134	0,4 %
Cantabria	1	125.803,83	125.804	0,1 %
Castilla y León	8	1.617.879,90	202.235	1,0 %
Castilla - La Mancha	9	1.009.574,07	112.175	0,6 %
Cataluña	110	54.466.230,46	495.148	33,3 %
Comunidad Valenciana	34	6.199.398,59	182.335	3,8 %
Extremadura	1	863.524,89	863.525	0,5 %
Galicia	17	1.369.298,38	80.547	0,8 %
Madrid, Comunidad de	153	69.525.582,79	454.416	42,5 %
Murcia, Región de	3	599.738,87	199.913	0,4 %
Navarra, Comunidad Foral de	3	257.760,08	85.920	0,2 %
País Vasco	25	11.918.159,74	476.726	7,3 %
Rioja, La	1	212.532,25	212.532	0,1 %
Ceuta	0	0,00	0	0,0 %
Melilla	0	0,00	0	0,0 %
<b>TOTALES</b>	<b>418</b>	<b>163.768.990</b>		

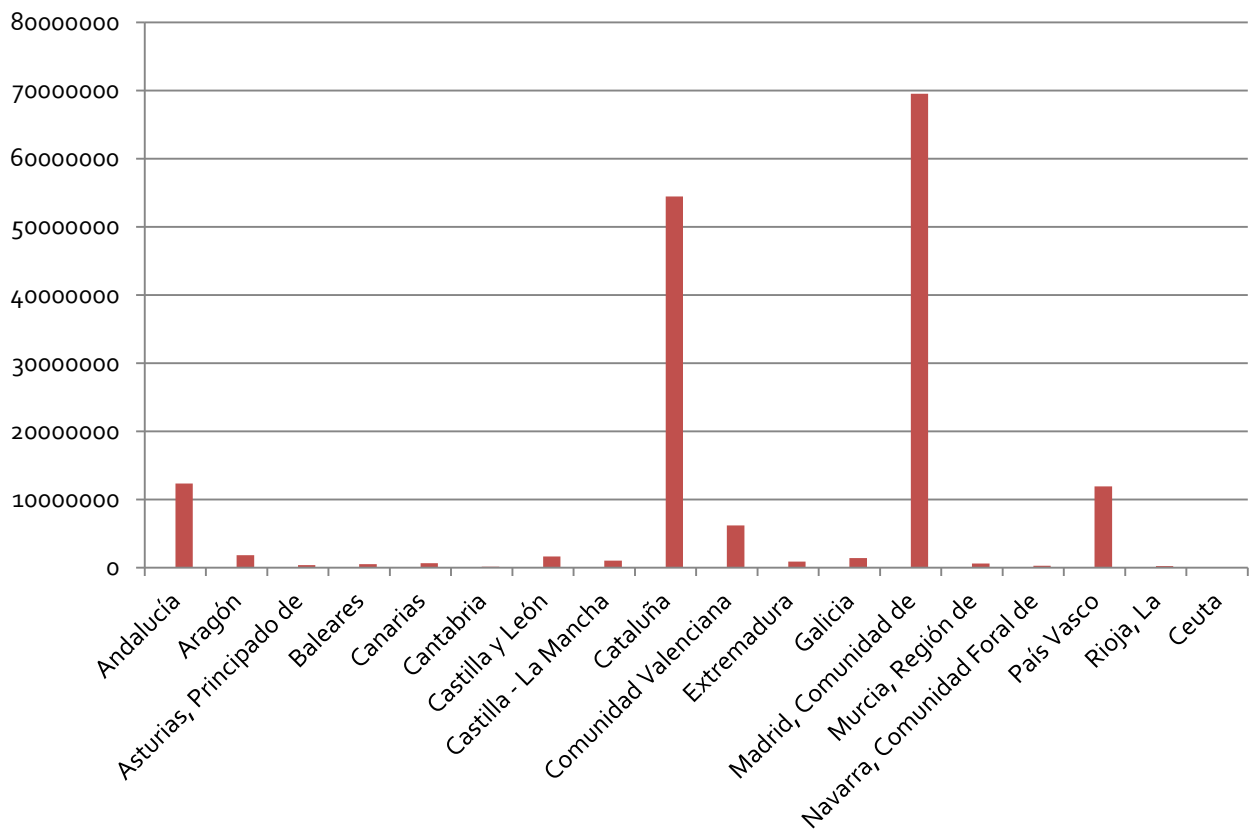
Fuente: elaboración propia a partir del *Sistema de análisis de balances ibéricos (SABI)*

## Número de empresas por comunidad autónoma



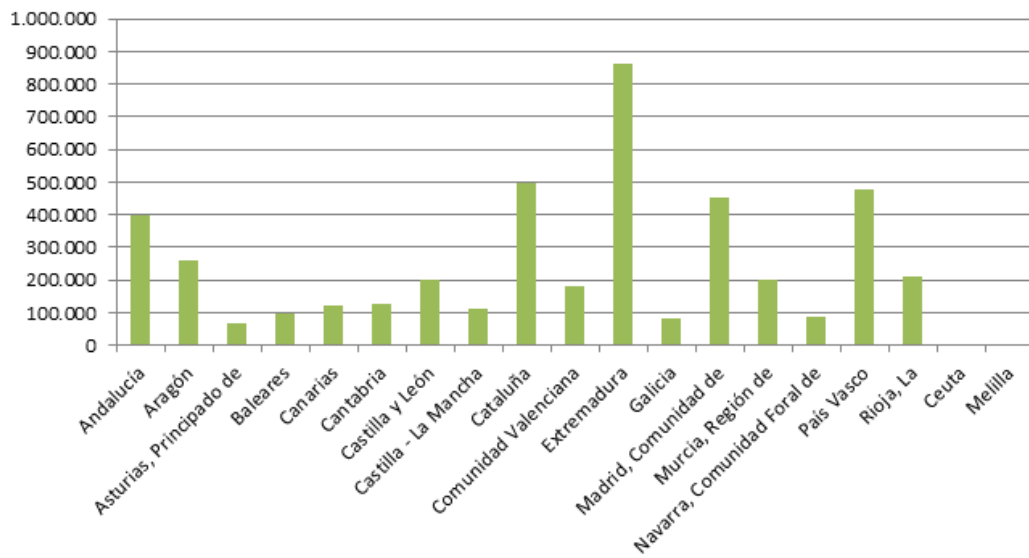
Fuente: elaboración propia a partir del *Sistema de análisis de balances ibéricos (SABI)*

## Total ingresos de explotación por comunidad autónoma



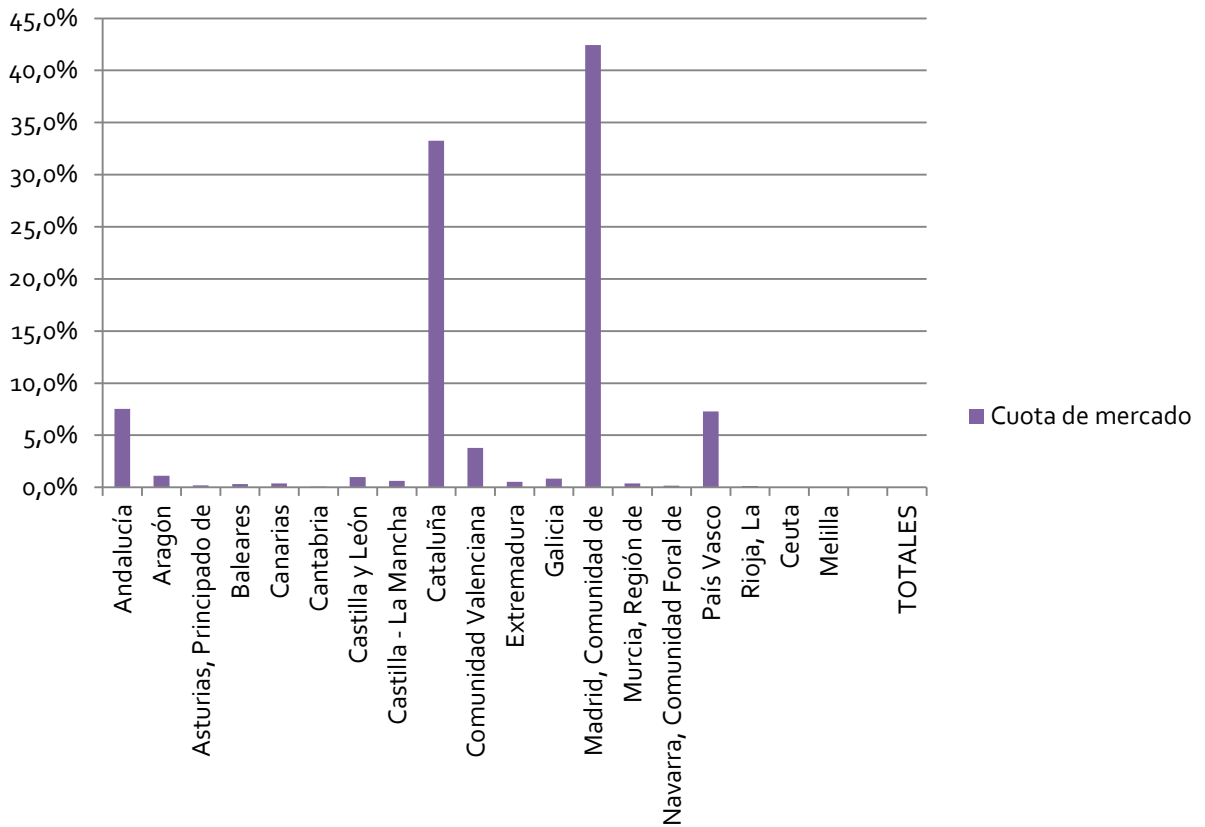
Fuente: elaboración propia a partir del *Sistema de análisis de balances ibéricos (SABI)*

### Media ingresos explotación



Fuente: elaboración propia a partir del *Sistema de análisis de balances ibéricos (SABI)*

## Cuota de mercado



Fuente: elaboración propia a partir del *Sistema de análisis de balances ibéricos (SABI)*



### **3. Análisis de los datos de la encuesta (fuentes primarias)**

La recopilación de datos primarios se realizó mediante una encuesta con un total de 57 preguntas, divididas en cinco áreas:

1. Perfil de la empresa: estructura de la plantilla y perfil de los empleados.
2. Perfil de la empresa: tamaño y volumen de negocio, certificados de calidad.
3. Tipología de clientes y negocio.
4. Uso de la tecnología.
5. Planes de expansión y desarrollo.

Se han recibido 175 respuestas, de las cuales el 34,7% corresponde a empresas y el resto a traductores autónomos. En las páginas que siguen se presenta, en primer lugar, un análisis del sector en su conjunto, para continuar después con el detalle del sector empresarial. Por último, se analizan los datos del sector de los trabajadores autónomos.

### *3.1. Perfil del sector en su conjunto*

### *Oferta y demanda de servicios*

Las cinco primeras combinaciones de idiomas a partir del español que conforman la oferta de servicios son las siguientes: inglés (que se ofrece en el 77% de los casos), francés (59,3%), alemán (43%), portugués (34,1%) e italiano (28.9%). Estas mismas combinaciones son las que conforman la oferta de servicios al español. Con respecto a la demanda, destaca el hecho de que el área tecnológica supone entre el 81% y el 100% de la facturación anual en el 31% de los casos y la traducción general representa, junto a la traducción de publicidad entre el 1% y el 20% de la facturación según el 52,7% de las empresas encuestadas. Otras especialidades como la biomédica, jurídica y económica no tienen ninguna representación en el 20% y el 30% de los casos.

Los formatos que tienen mayor demanda son los de Microsoft Office, que representan entre el 61% y el 100 % de la facturación para el 30% del sector. Los formatos de publicación electrónica y los audiovisuales suponen el 0% de facturación en el 43,8%, mientras que la localización web y los archivos PDF se sitúan entre el 1% y el 10 % para el 47,3% de los encuestados.

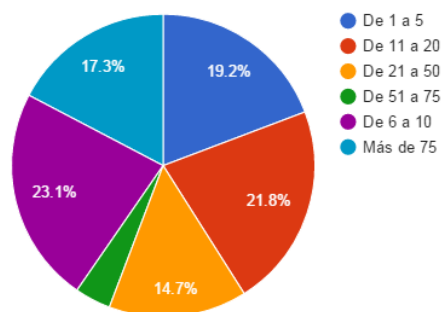
Para completar el perfil de la oferta se preguntó acerca de otros servicios adicionales a la traducción y, en el 90% de los casos, estos representan el 0% de la facturación anual.

Así, se puede llegar a la conclusión de que el sector se centra de manera global en la traducción casi exclusivamente. Parece que esto está en consonancia con el hecho de que la traducción es el servicio que más crece, en opinión del 70% de los encuestados.

### *Perfil del cliente*

El perfil del cliente que destaca es el de una empresa privada española con actividad en los sectores industrial y técnico, seguido de los sectores farmacéutico, jurídico y turístico. Junto a las empresas españolas, también hay un número importante de clientes que provienen de empresas extranjeras (52,8%). Asimismo, es interesante mencionar que las propias empresas de traducción representan un número destacado de clientes (46% empresas de traducción españolas, 52,8% empresas extranjeras).

La distribución del número de clientes activos es la siguiente:



La media de facturación por cliente no supera los 500€ en el 22,6% de los casos y la siguiente franja se sitúa entre los 2501€ y 5000€ para el 20,5 % de los encuestados. Con respecto al porcentaje de negocio que se debe a los tres clientes con los que más se factura, en el 24,5% de los casos este se sitúa entre el 44% y el 66%, seguido del 21,9% cuyo porcentaje de negocio está entre el 61% y el 80%.

### *Uso de la tecnología*

Las herramientas más utilizadas son las de traducción asistida (85,7%), seguidas de los sistemas de control de calidad (48,1%). El uso de plataformas en línea para recibir encargos no está muy extendido ya que solo el 27,3% afirma utilizarlas y declaran que las solicitudes de encargos a través de este tipo de sistemas ha crecido entre el 11% y el 20 % en el 23,4% de los casos.

### *Planes de expansión y desarrollo*

El 40% de los encuestados no tiene planes de expansión y aquellos que sí los tienen plantean la expansión comercial local o internacional. En cuanto a la presencia en medios sociales, solo el 27% afirma tener planes para aumentarla.

En los planes de desarrollo la encuesta incluye tres preguntas específicas sobre el uso de la traducción automática y la gran mayoría de los encuestados (95,3%) afirma que no tiene planes para ofrecer este servicio en ninguna de sus variantes.

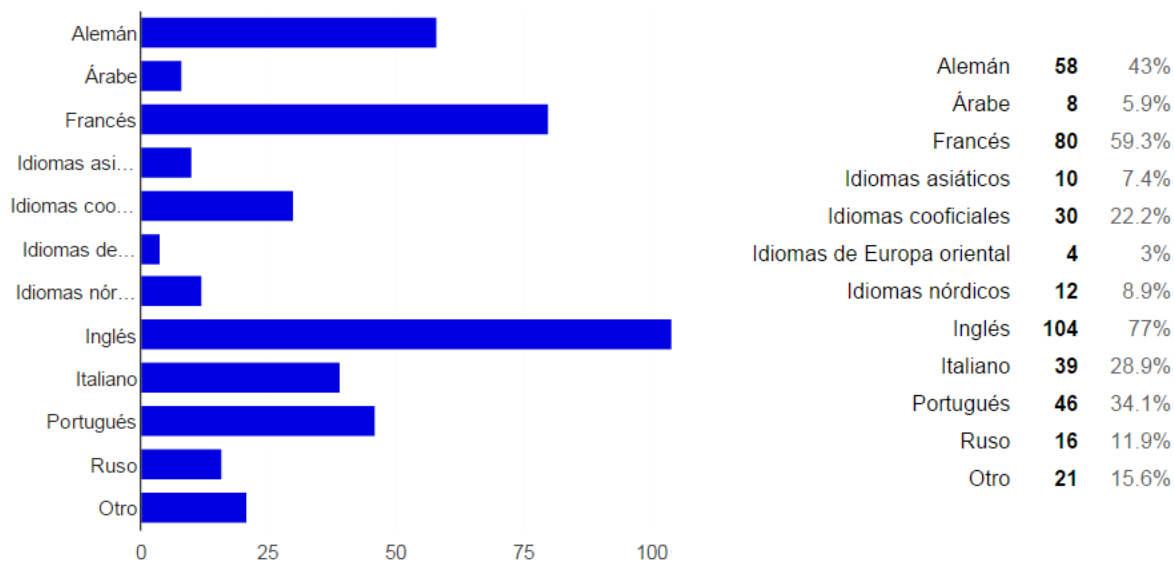
Este dato contrasta con el hecho de que precisamente la traducción automática se reconoce como uno de los grandes desafíos del sector con respecto a las tecnologías.

### *Desafíos y tendencias del sector*

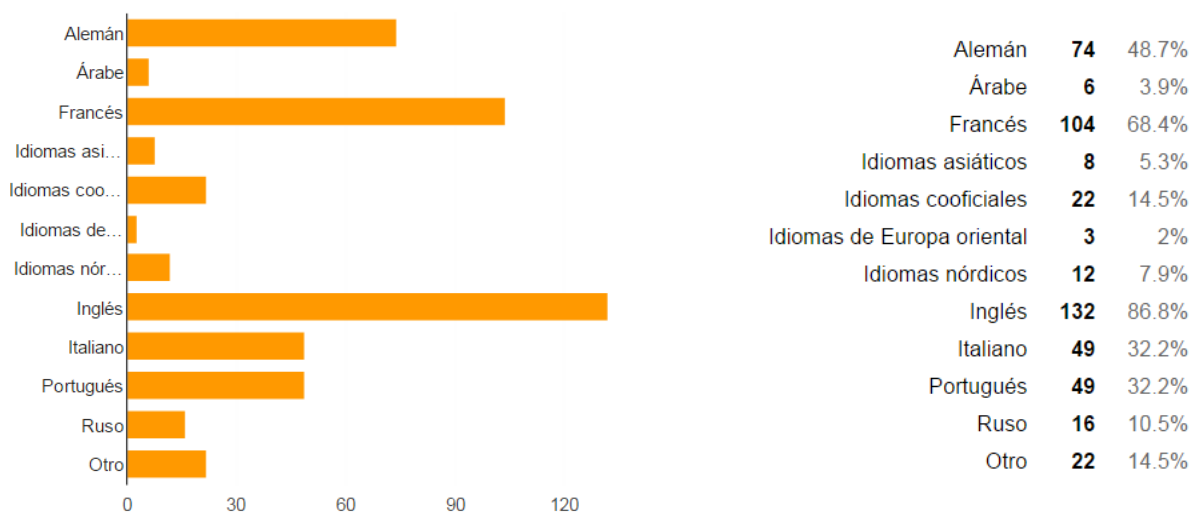
El desafío más importante al que se enfrenta el sector, según las encuestas, es la presión a la baja de los precios, seguida de los plazos de entrega cada vez más exigentes. El aspecto al que se le da menos importancia es la baja demanda. En relación a la calidad, la cuestión que más preocupa es su degradación y lo que menos preocupa son los requisitos de certificación. Por último, la competencia desleal y el intrusismo profesional son los dos aspectos a los que se concede más importancia con respecto a la competencia.

Los gráficos que aparecen a continuación muestran el detalle de los datos obtenidos.

## Oferta de servicios: principales combinaciones desde el español

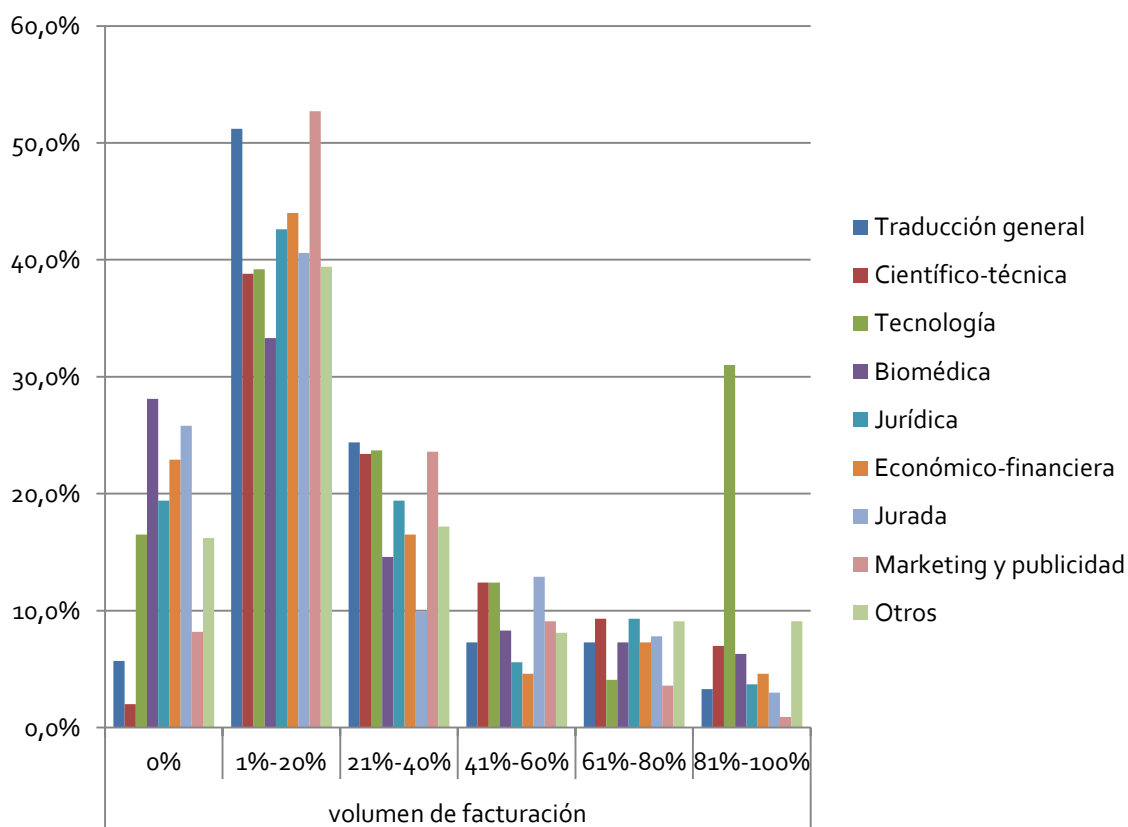


## Oferta de servicios: principales combinaciones hacia el español



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

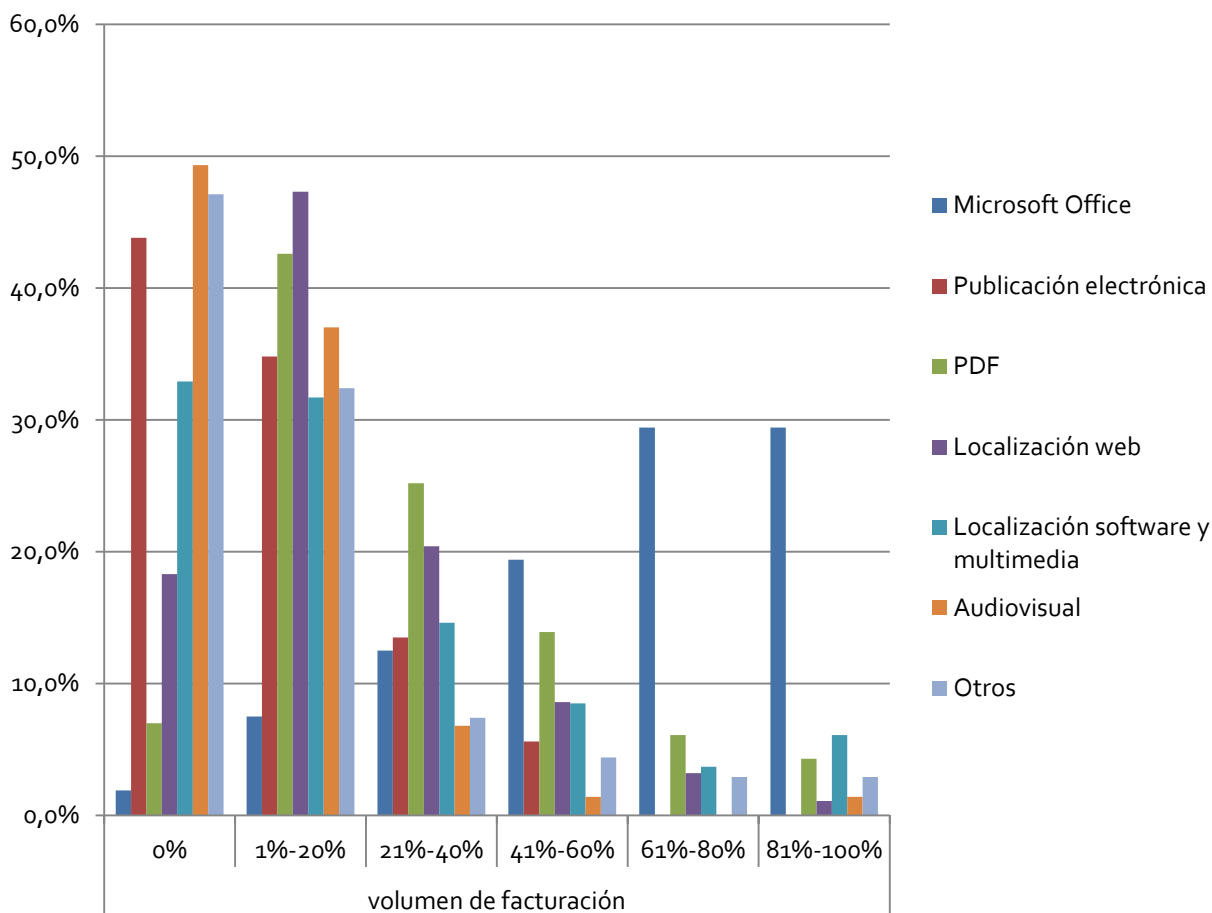
## Especialidades de traducción más demandadas Porcentaje con respecto a la facturación anual



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

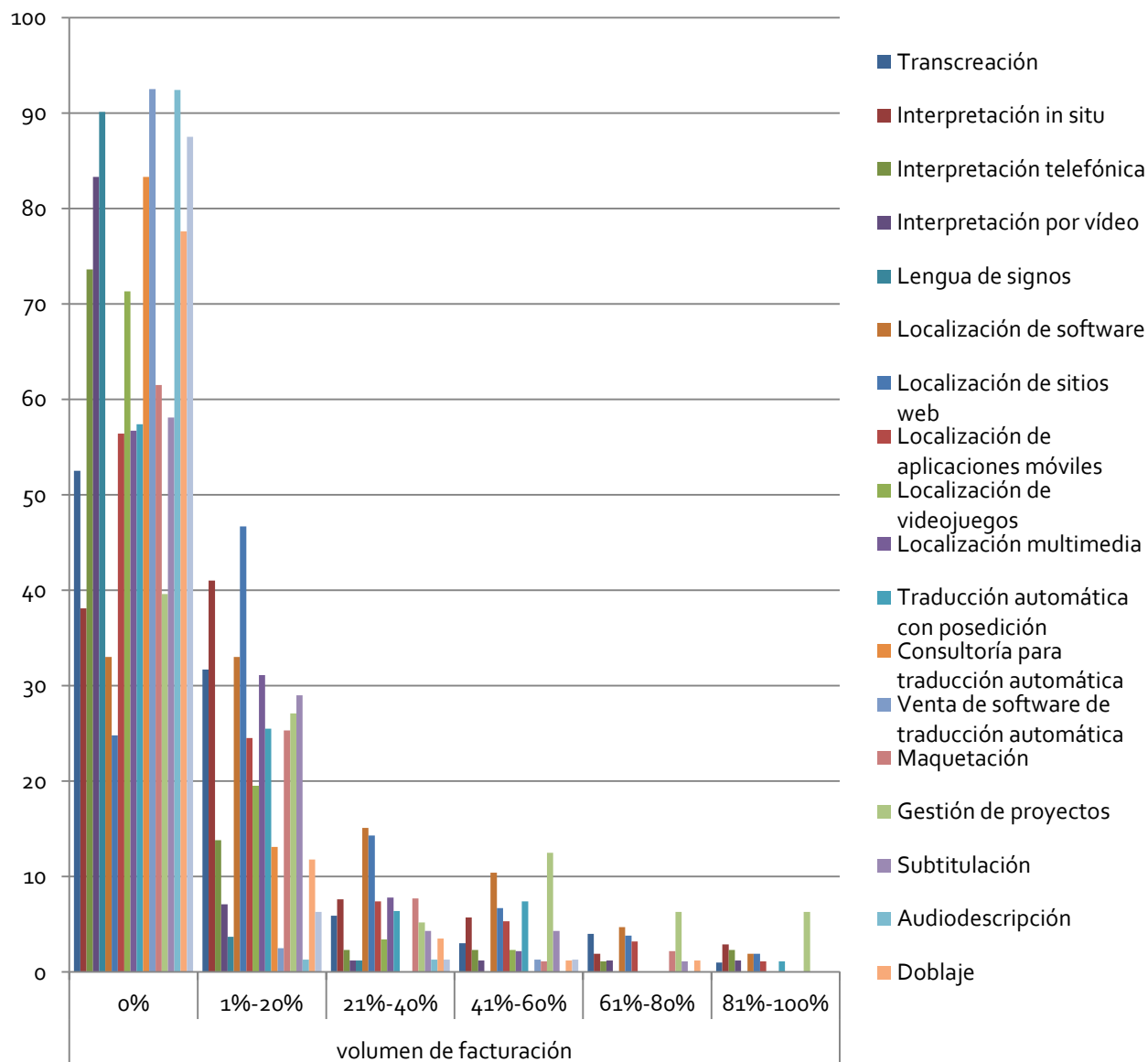
## Formatos más demandados

### Porcentaje con respecto a la facturación anual



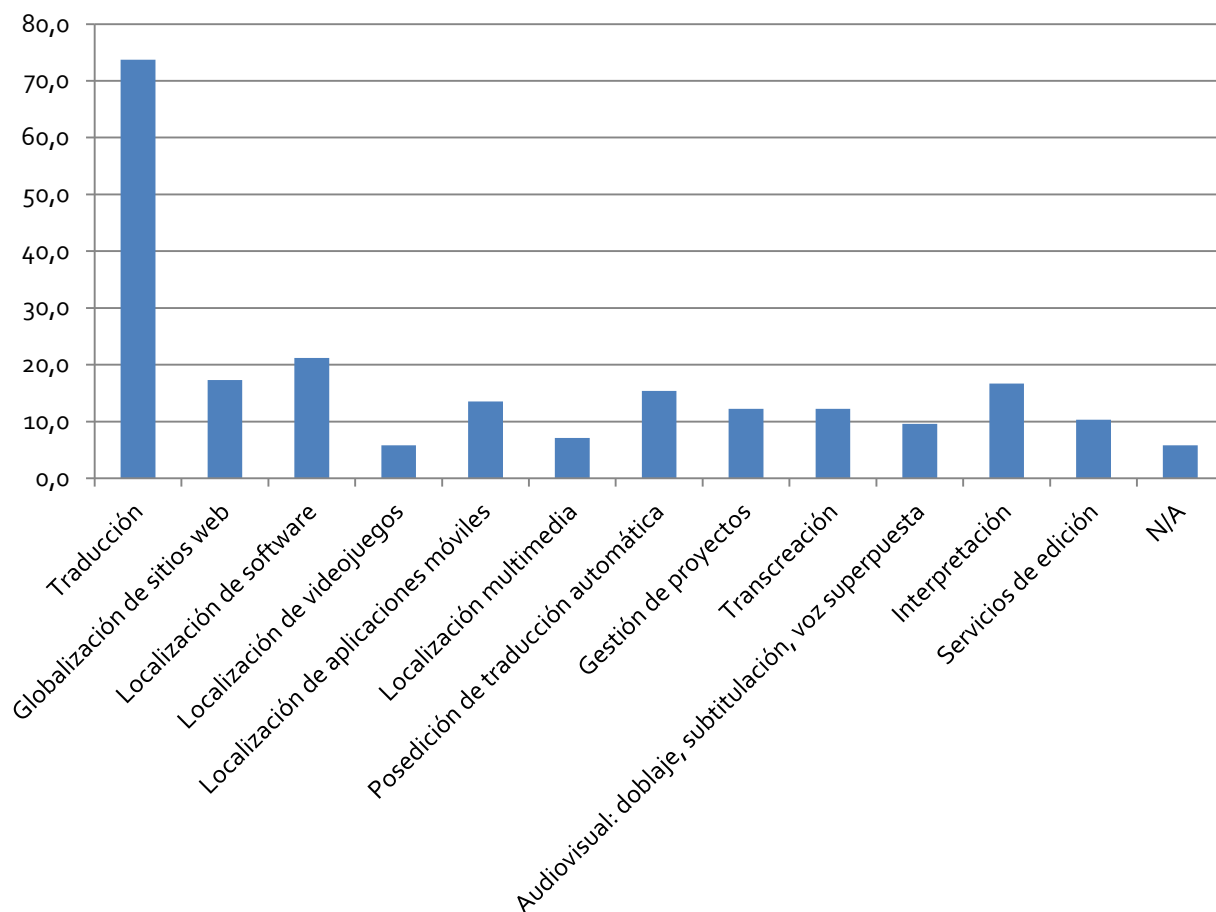
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Porcentaje que supone el servicio con respecto a la facturación anual



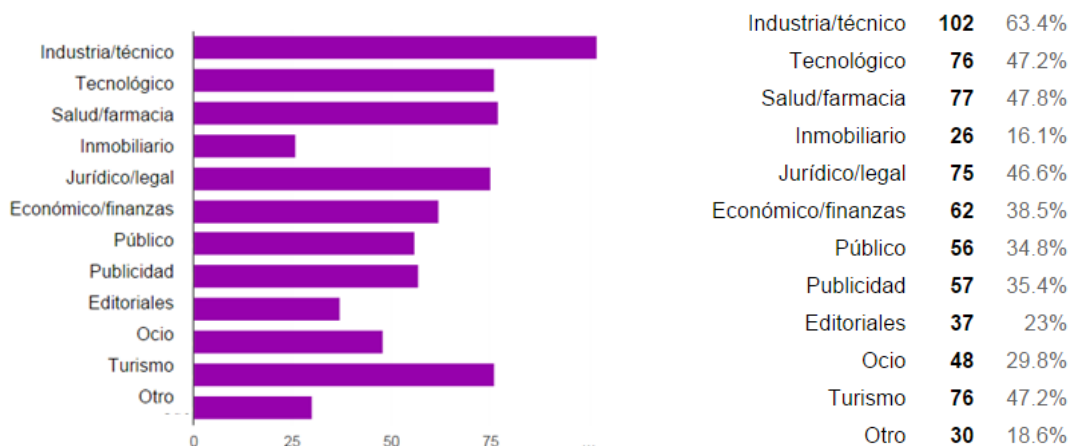
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Crecimiento estimado de los servicios

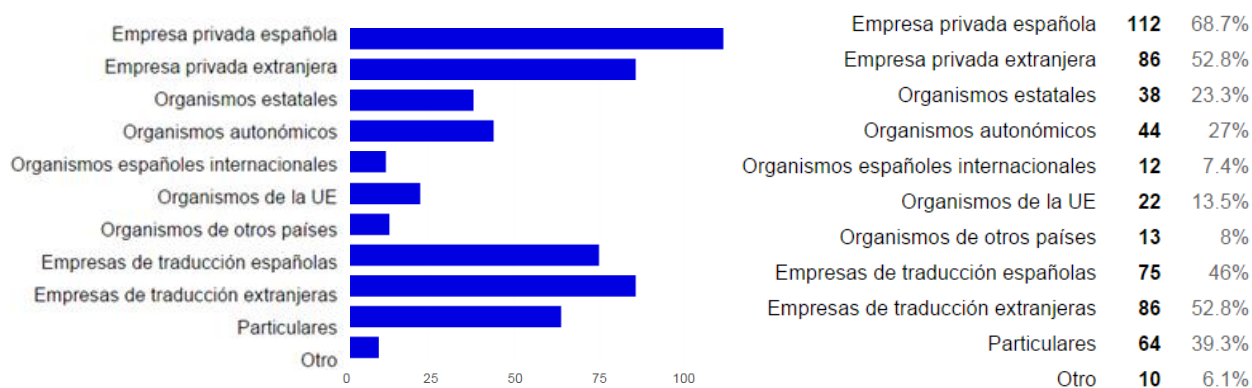


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Tipología de clientes: sectores de actividad



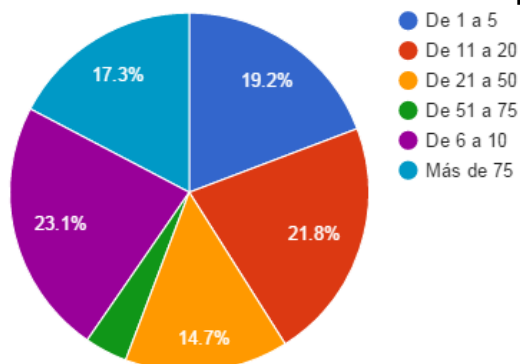
## Perfil de los clientes



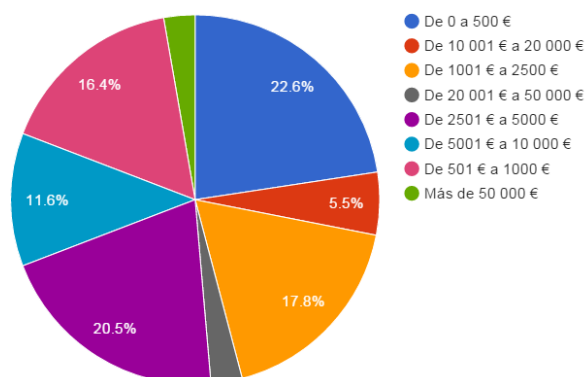
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Perfil del cliente

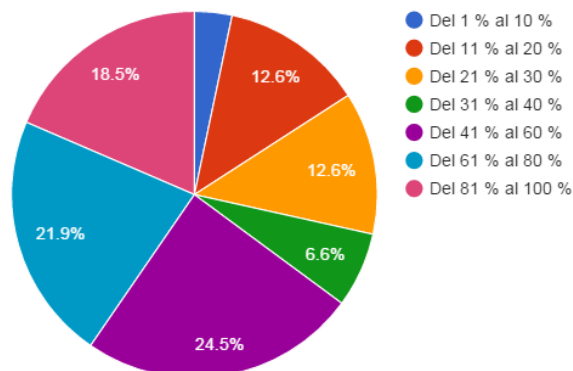
### Número de clientes activos en la empresa



### Media de facturación por cliente

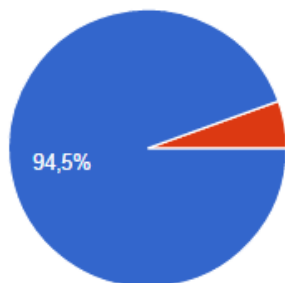


### Porcentaje de negocio que se debe a los tres clientes a los que más factura



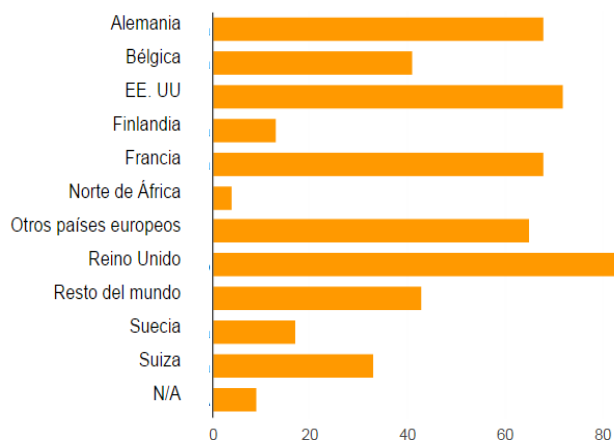
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Encargos de traducción de otros países

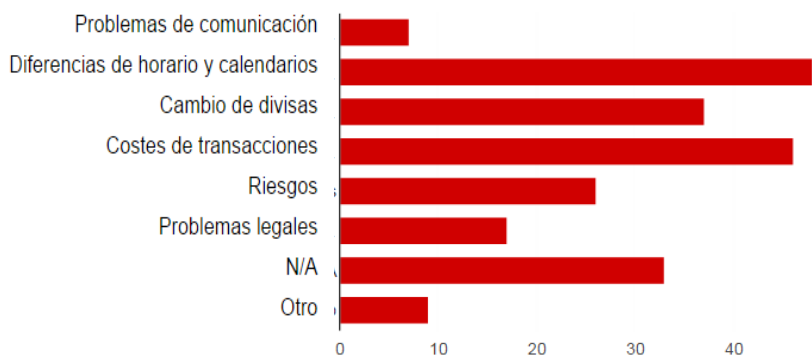


Sí	154	94.5%
No	9	5.5%

## Procedencia de los encargos de otros países



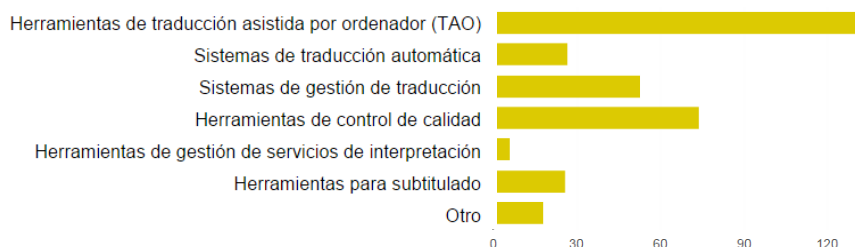
## Principales barreras para trabajar con clientes de otros países



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

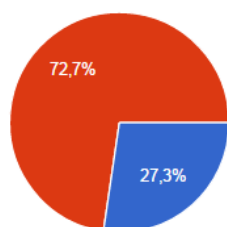
## Uso de la tecnología

### Herramientas empleadas



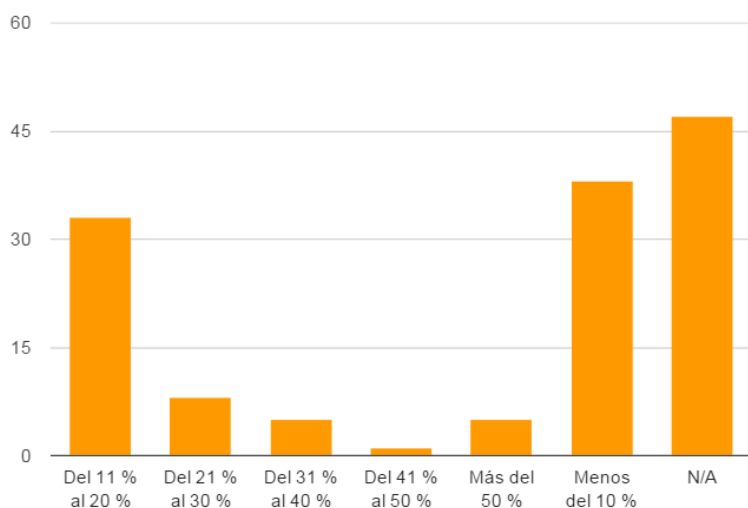
Herramienta	Número de encuestados	Porcentaje
Herramientas de traducción asistida por ordenador (TAO)	132	85.7%
Sistemas de traducción automática	27	17.5%
Sistemas de gestión de traducción	53	34.4%
Herramientas de control de calidad	74	48.1%
Herramientas de gestión de servicios de interpretación	6	3.9%
Herramientas para subtítulo	26	16.9%
Otro	18	11.7%

### Uso de plataforma en línea / portal para recibir encargos



Sí	44	27.3%
No	117	72.7%

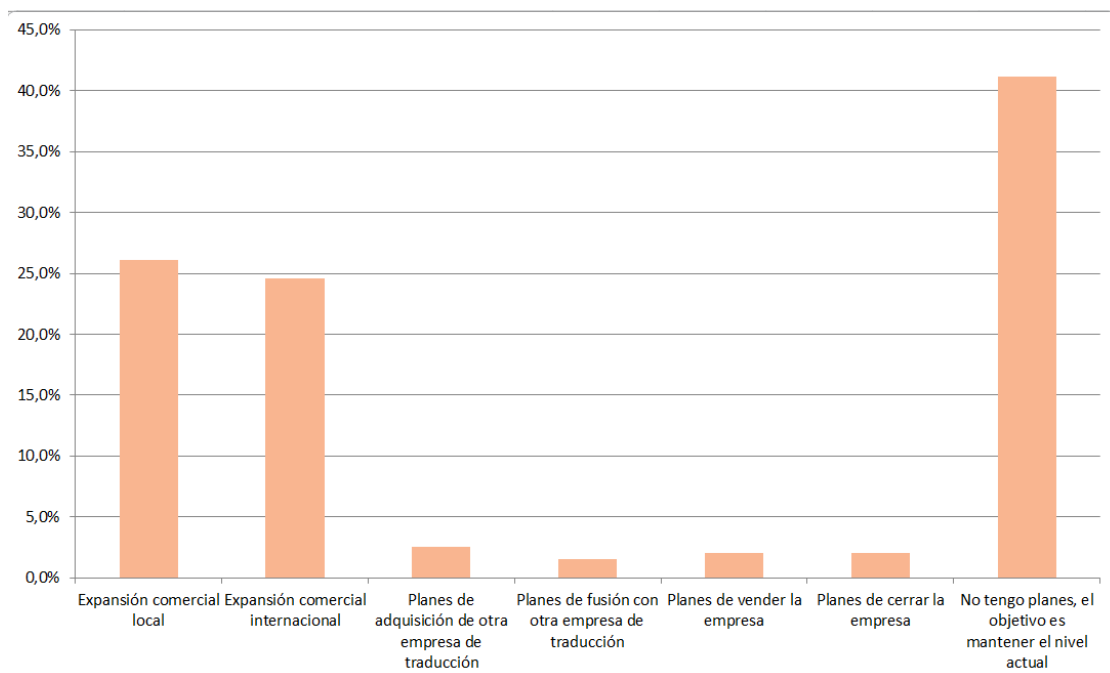
### Crecimiento de las solicitudes de servicios en línea



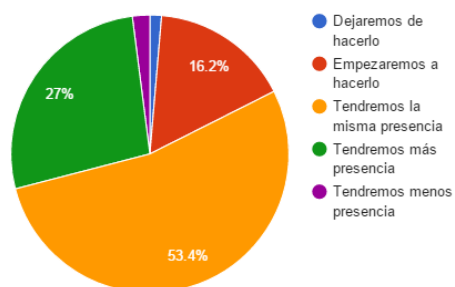
Menos del 10 %	38	27%
Del 11 % al 20 %	33	23.4%
Del 21 % al 30 %	8	5.7%
Del 31 % al 40 %	5	3.5%
Del 41 % al 50 %	1	0.7%
Más del 50 %	5	3.5%
N/A	47	33.3%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

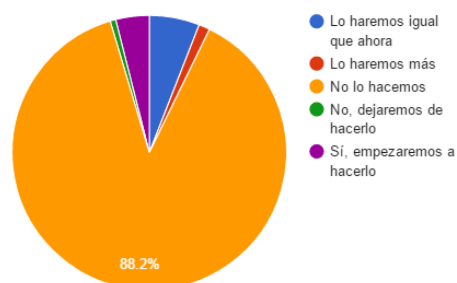
## Planes de desarrollo y expansión



### Presencia en medios sociales

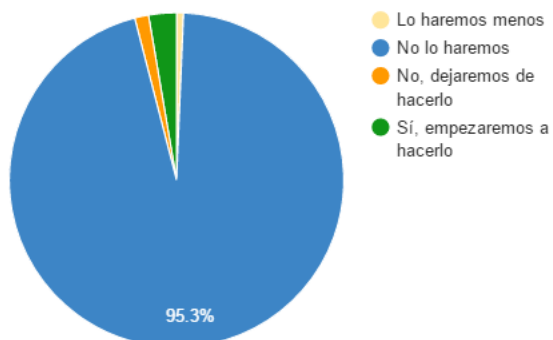


### Uso del crowdsourcing

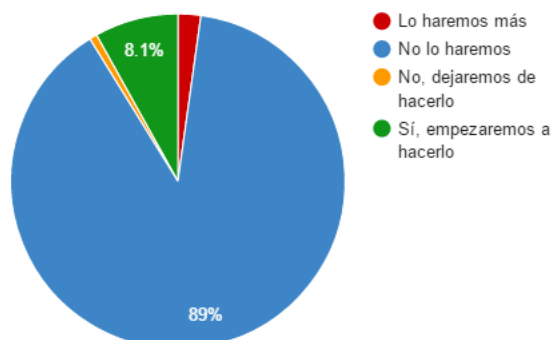


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

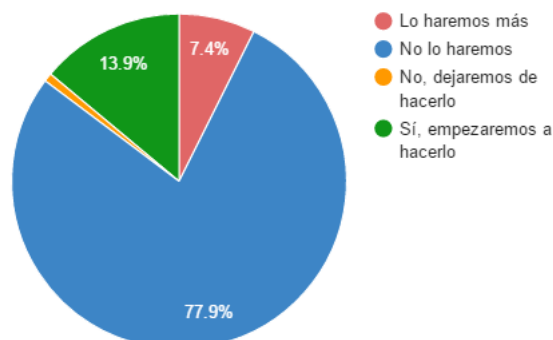
### Planes para ofrecer servicios de traducción automática



### Planes para ofrecer servicios de posesición mínima con traducción automática

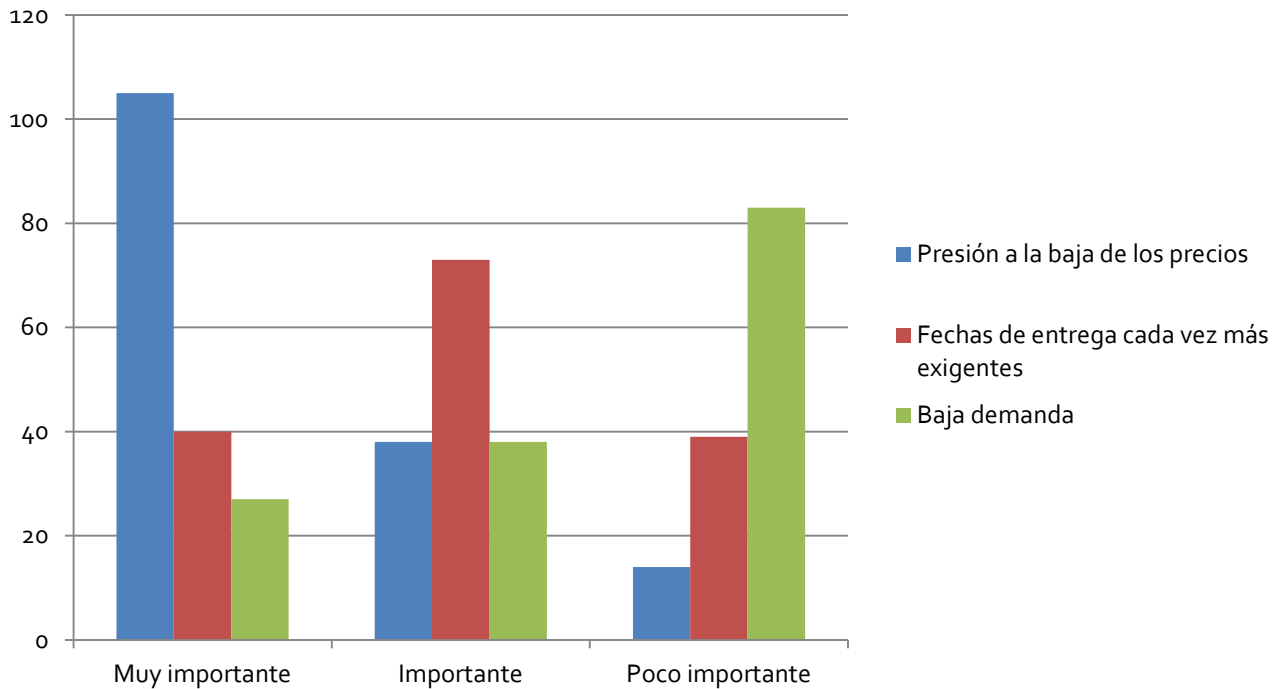


### Planes para ofrecer servicios de posesición completa con traducción automática



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

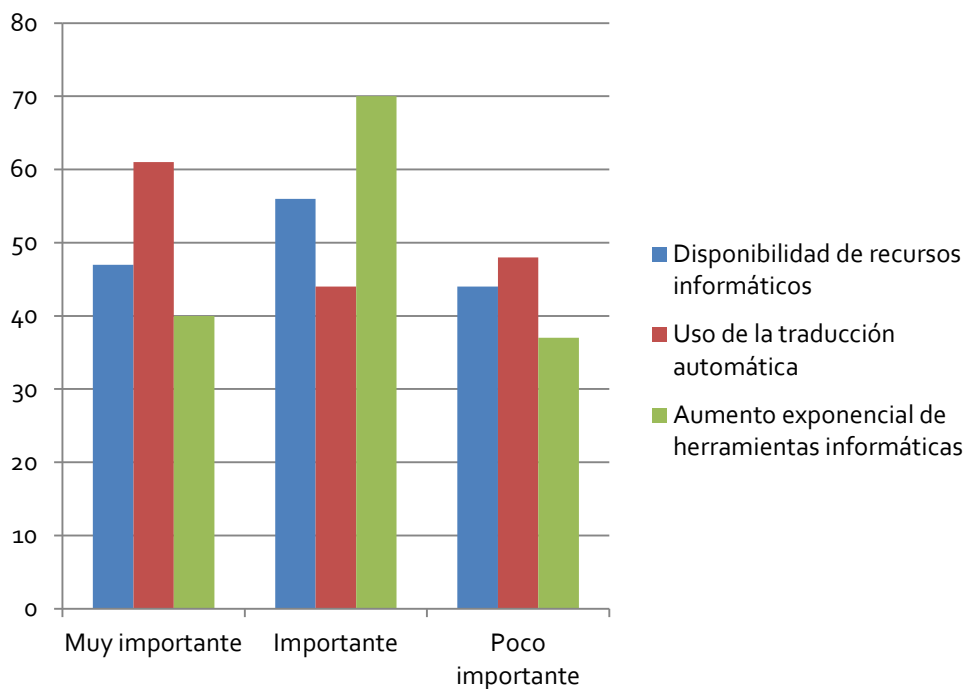
## Desafíos y tendencias



	Muy importante	Importante	Poco importante
<i>Presión a la baja de los precios</i>	105	38	14
<i>Fechas de entrega cada vez más exigentes</i>	40	73	39
<i>Baja demanda</i>	27	38	83

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

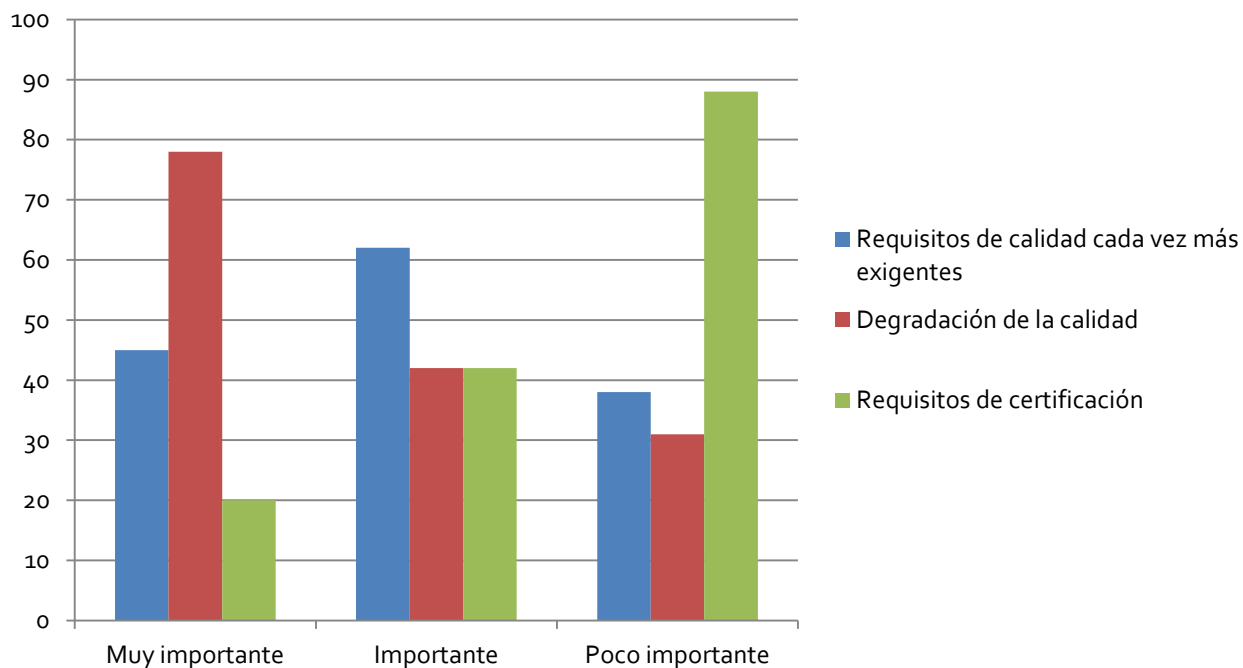
## Desafíos y tendencias en tecnología



	Muy importante	Importante	Poco importante
Disponibilidad de recursos informáticos	47	56	44
Uso de la traducción automática	61	44	48
Aumento exponencial de herramientas informáticas	40	70	37

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

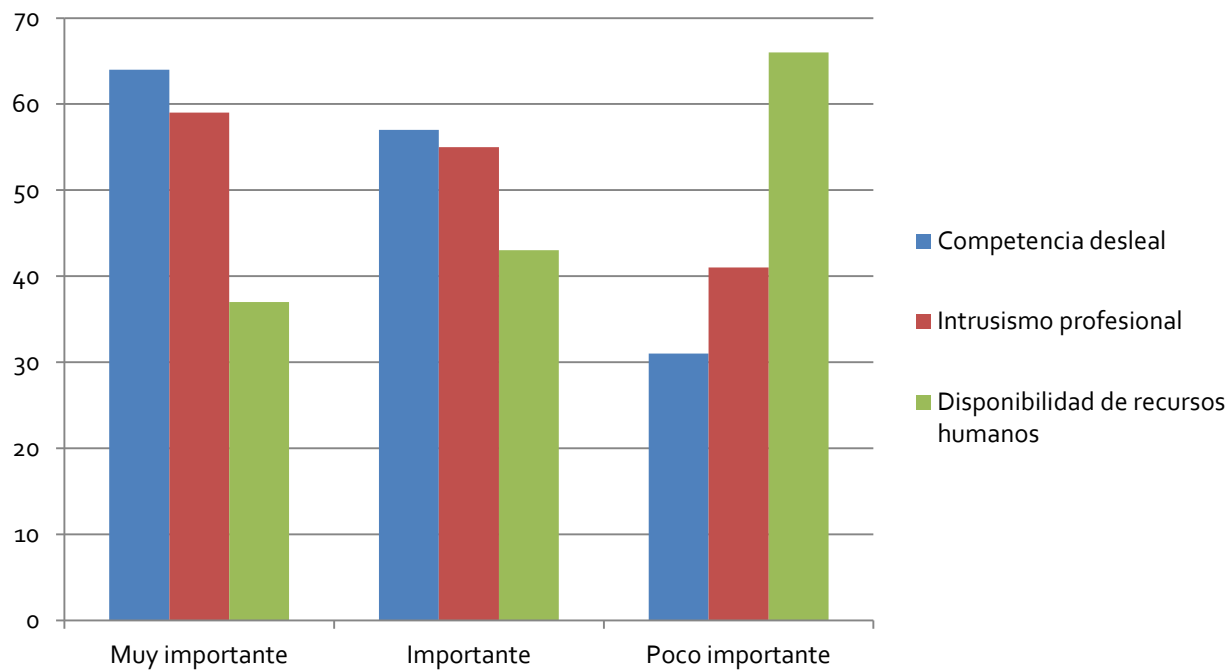
## Desafíos y tendencias con respecto a la calidad



	Muy importante	Importante	Poco importante
Requisitos de calidad cada vez más exigentes	45	62	38
Degradación de la calidad	78	42	31
Requisitos de certificación	20	42	88

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

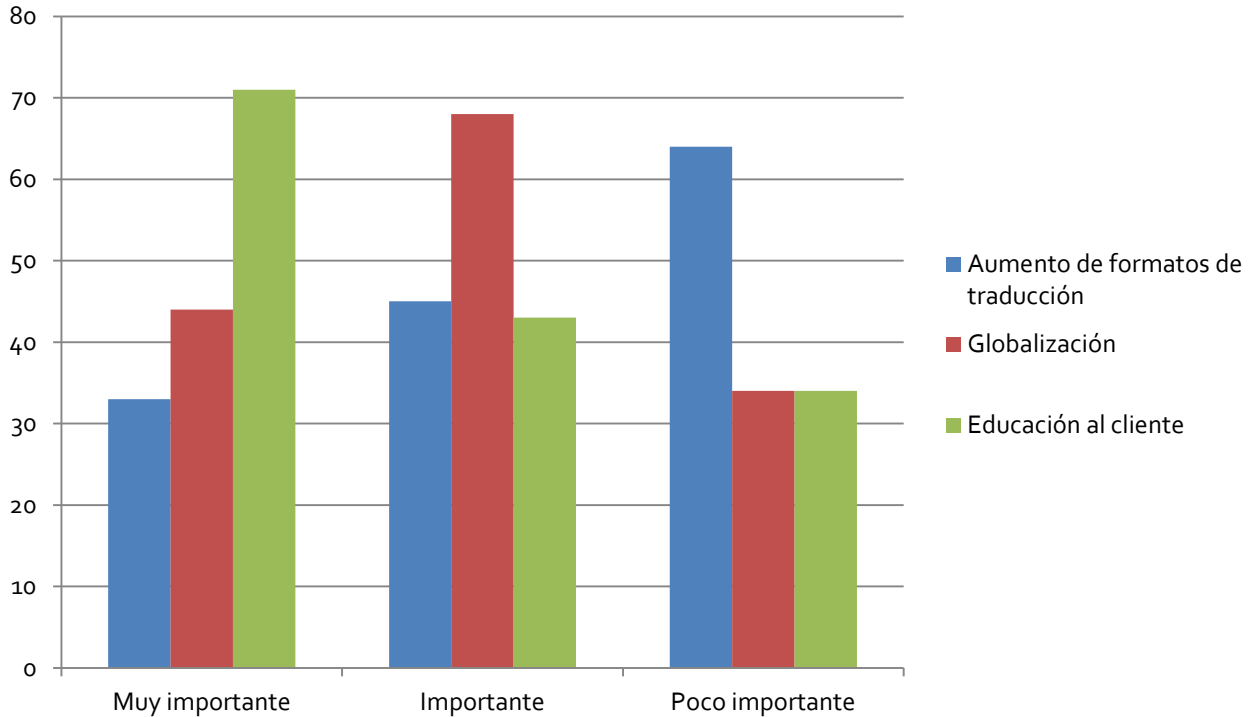
## Desafíos y tendencias con respecto a la competencia



	Muy importante	Importante	Poco importante
Competencia desleal	64	57	31
Intrusismo profesional	59	55	41
Disponibilidad de recursos humanos	37	43	66

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

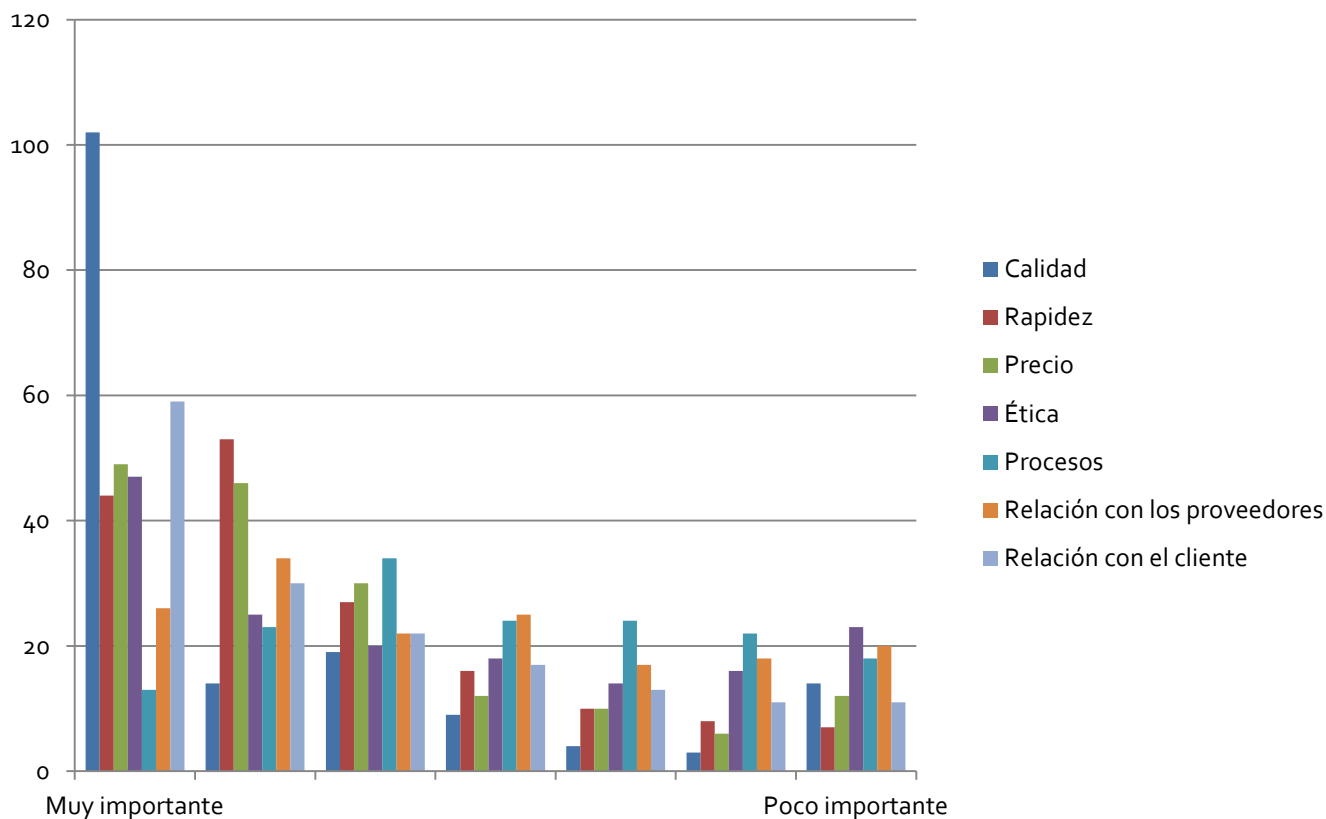
## Importancia relativa de tres aspectos clave



	Muy importante	Importante	Poco importante
Aumento de formatos de traducción	33	45	64
Globalización	44	68	34
Educación al cliente	71	43	34

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Importancia relativa de aspectos clave



	Muy importante					Poco importante	
Calidad	102	14	19	9	4	3	14
Rapidez	44	53	27	16	10	8	7
Precio	49	46	30	12	10	6	12
Ética	47	25	20	18	14	16	23
Procesos	13	23	34	24	24	22	18
Relación con los proveedores	26	34	22	25	17	18	20
Relación con el cliente	59	30	22	17	13	11	11

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## ***3.2. El sector empresarial***

El sector empresarial está representado en esta encuesta por un 34,7 % de las respuestas recibidas, con la siguiente distribución por comunidades autónomas: Comunidad de Madrid (32,7 %), Comunidad Valenciana (13,5 %), Cataluña (11,5 %), Andalucía (9,6 %), País Vasco (7,7 %). El 9,6 % de los encuestados no declara su ubicación geográfica. El resto de comunidades autónomas tiene una menor representación.

### *Certificados de calidad*

El 61% de las empresas que ha respondido a la encuesta no tiene ningún certificado de calidad y entre los que sí lo tienen, destaca el 22% con la certificación UNE-EN 15038. En cualquier caso, parece que la certificación de calidad se percibe como algo no relevante entre el sector empresarial puesto que el 52% indica que no tiene planes para obtener ningún certificado. Este dato contrasta, sin embargo, con el que se obtiene al preguntar por la importancia que merece la calidad, que se sitúa muy próxima al 60%, junto a la relación con el cliente y muy por encima de otros aspectos como la rapidez en la entrega, la ética, el precio o los procesos. En este sentido, es relevante mencionar que el mayor desafío al que se enfrenta el sector con respecto a la calidad es su degradación.

### *Perfil de los empleados*

La distribución por número de empleados se muestra en el siguiente gráfico:

1 empleado	2 empleados	3 empleados	4 empleados	entre 5 y 10	entre 11 y 20	entre 21 y 50	más de 50
26,0%	16,0%	4,0%	8,0%	18,0%	14,0%	10,0%	4,0%

Distribución por número de empleados

La siguiente tabla muestra la composición de la plantilla según los empleados a tiempo completo:

número de empleados a tiempo completo	
1	26,5%
2	16,3%
3	4,1%
4	8,2%
De 11 a 20	14,3%
De 21 a 50	8,2%
De 5 a 10	18,4%
Más de 51	4,1%

Las previsiones de contratación están repartidas entre el 44,2%, que no tiene previsto realizar ninguna contratación, y el 34,6% que sí la prevén. Con respecto a los becarios, el 25% de las empresas afirma no contar con esta figura, frente a un 15% que declara tener uno. En el 44,4% de los casos estas becas se remunerarán entre el 91 % - 100 %. La plantilla de las empresas se completa con colaboradores externos y en el 48,1% de los casos el número es de más de 51. La facturación anual que se contrata con colaboradores externos se muestra en la siguiente tabla:

Facturación	Contratación con colaboradores externos
0 %	4,0%
Del 1 % al 10 %	16,0%
Del 11 % al 20 %	4,0%
Del 21 % al 30 %	4,0%
Del 31 % al 40 %	6,0%
Del 41 % al 50 %	12,0%
Del 51 % al 60 %	10,0%
Del 61 % al 70 %	12,0%
Del 71 % al 80 %	4,0%
Del 81 % al 90 %	10,0%
Del 91 % al 100 %	18,0%

El perfil de los colaboradores externos es el de traductor, seguido por el de revisor y los principales motivos que se mencionan para realizar estas contrataciones son los siguientes: la necesidad de contar con alguien con una combinación específica, hacer frente a los picos de trabajo y contar con alguien con una especialidad específica. En cuanto a los canales de contratación, los más utilizados son las candidaturas espontáneas, los foros y asociaciones profesionales y los contactos personales.

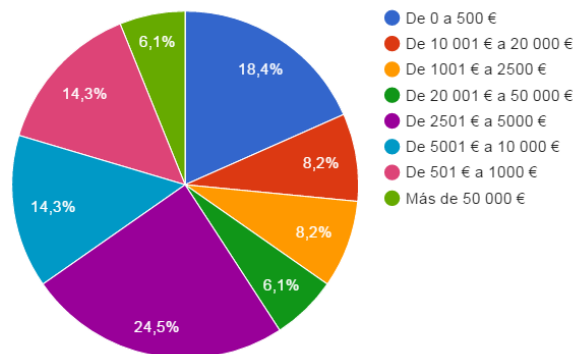
### *Datos económicos*

El volumen de facturación en 2014 se sitúa entre 0-100.000€ en el 23,5% y 1.000.000 – 3.000.000€ también en el 23,5%. Las previsiones de facturación para 2015 ofrecen también una distribución muy similar. Los datos de beneficio bruto antes de impuestos sitúan a la mayoría de las empresas encuestadas entre 0-100.000€.

El margen de beneficio se muestra en la siguiente tabla:

¿Cuál fue el margen de beneficio bruto (antes de impuestos) de su empresa en 2014?	
0 %	2,0%
Entre 1 % y 5 %	10,2%
Entre 11 % y 20 %	18,4%
Entre 21 % y 30 %	12,2%
Entre 31 % y 40 %	8,2%
Entre 41 % y 50 %	4,1%
Entre 51 % y 60 %	4,1%
Entre 6 % y 10 %	14,3%
N/A	26,5%

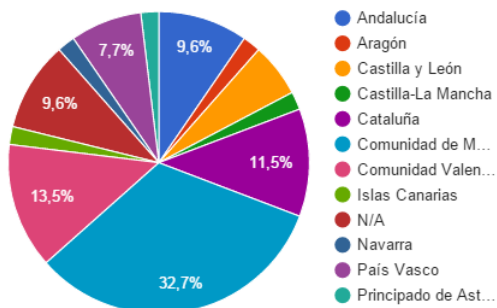
Con respecto al número de clientes activos, el 49 % indica que tiene más de 75 y que la media de facturación por cliente se distribuye del siguiente modo:



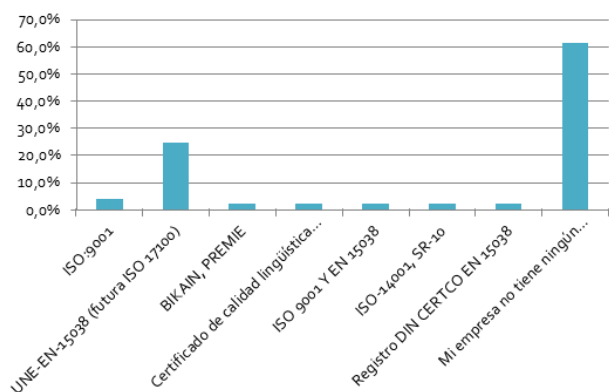
Los gráficos que aparecen a continuación muestran el detalle de los datos obtenidos.

## Perfil de la empresa

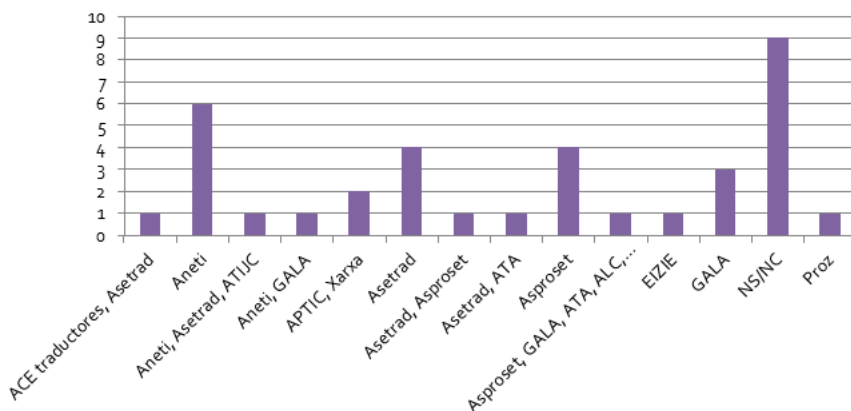
### Ubicación geográfica de la sede



## Certificados de calidad

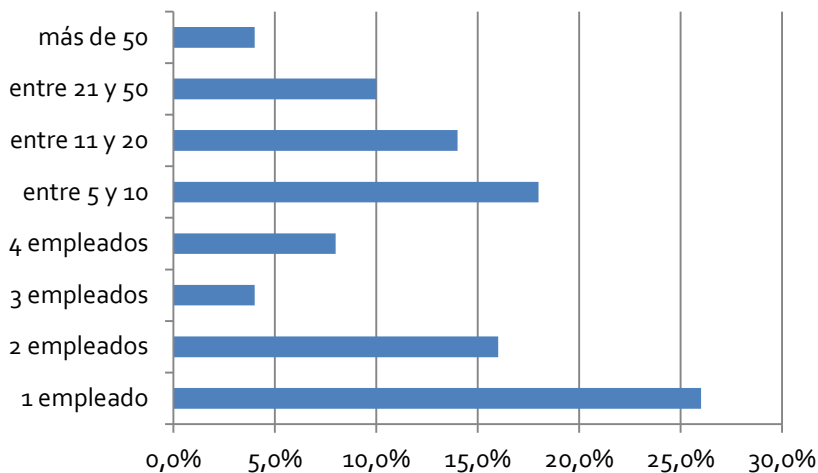


## Pertenencia a asociaciones



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

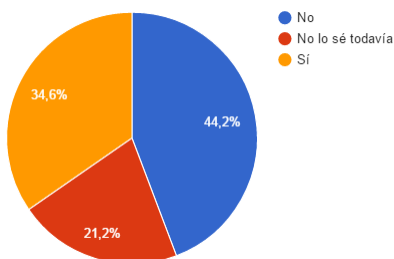
## Número de empleados



## Empleados a tiempo completo

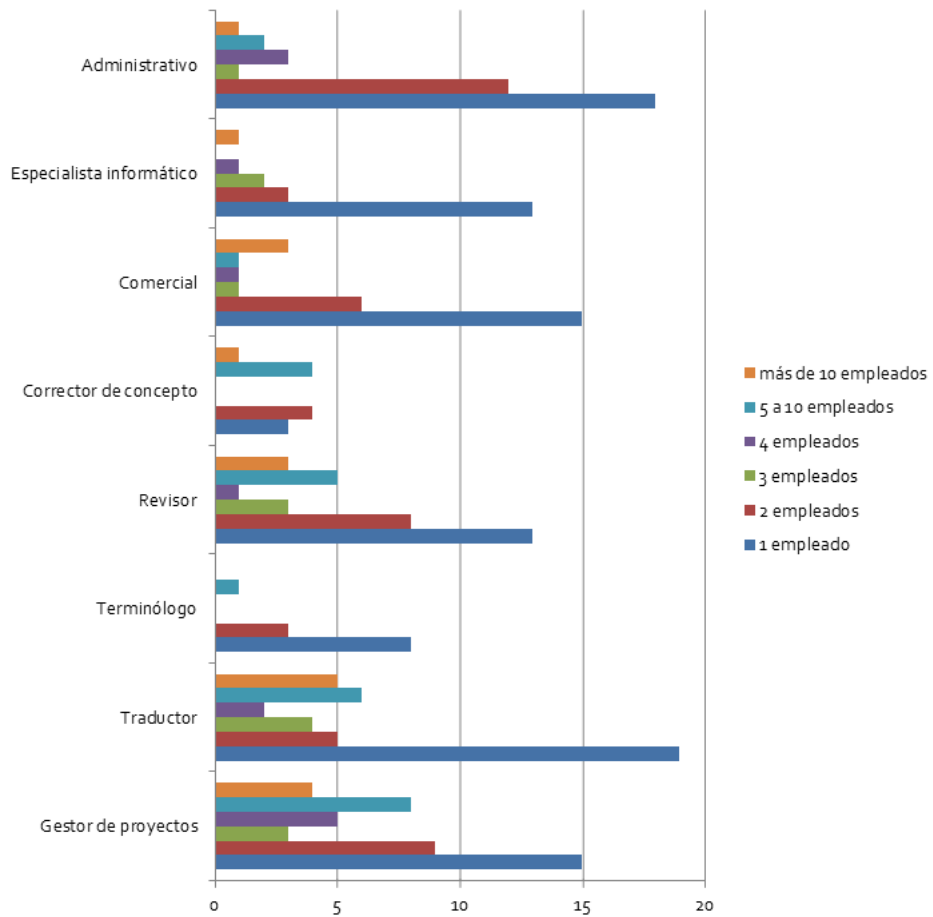
número de empleados a tiempo completo	Porcentaje
1	26,5%
2	16,3%
3	4,1%
4	8,2%
De 11 a 20	14,3%
De 21 a 50	8,2%
De 5 a 10	18,4%
Más de 51	4,1%

## Previsiones de contratación



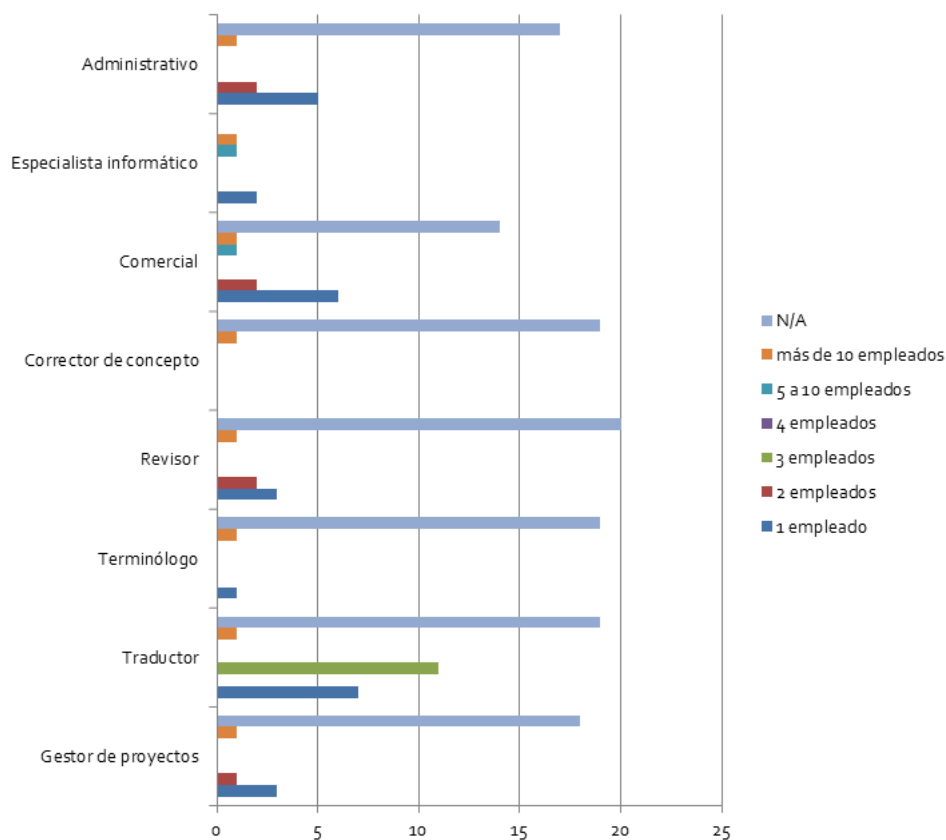
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Perfil de los trabajadores a tiempo completo



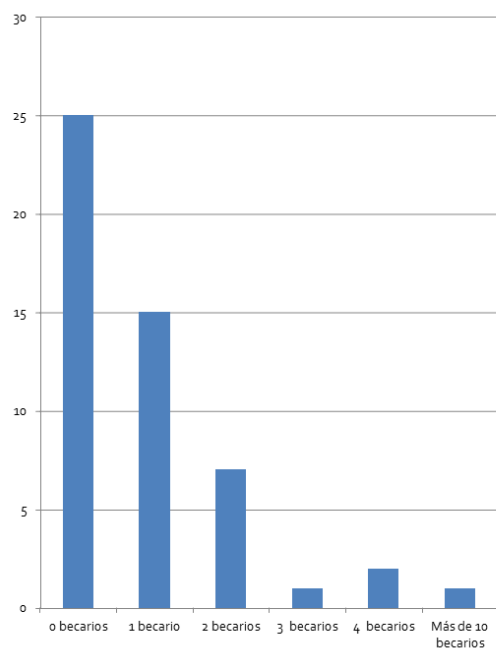
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Perfil de los trabajadores a tiempo parcial



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Número de becarios que colaboran en la empresa

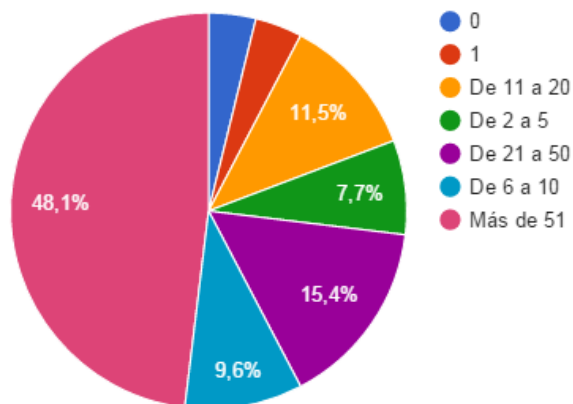


## Porcentaje de becas remuneradas

¿Qué porcentaje de estas becas son remuneradas?	
0 %	40,0%
Del 1 % al 10 %	6,7%
Del 31 % al 40 %	2,2%
Del 41 % al 50 %	2,2%
Del 51 % al 60 %	2,2%
Del 81 % al 90 %	2,2%
Del 91 % al 100 %	44,4%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Número de colaboradores externos contratados

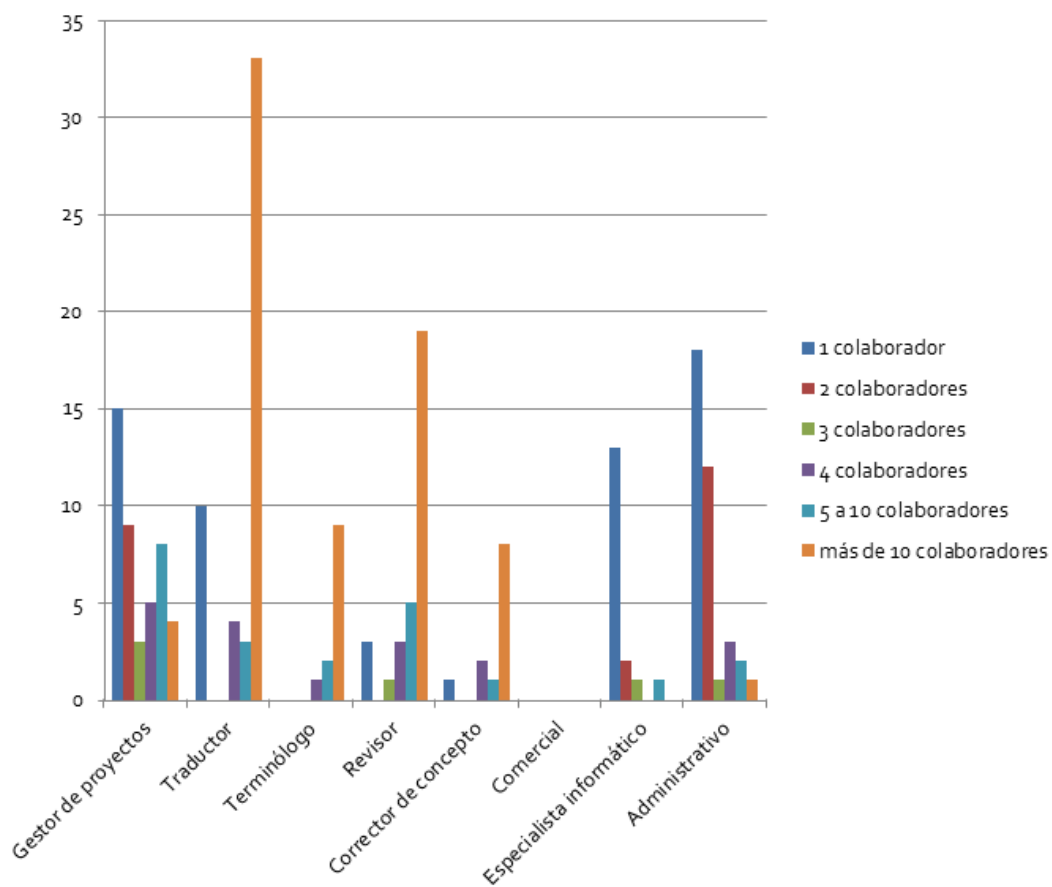


## Porcentaje de facturación que se contrata con colaboradores externos

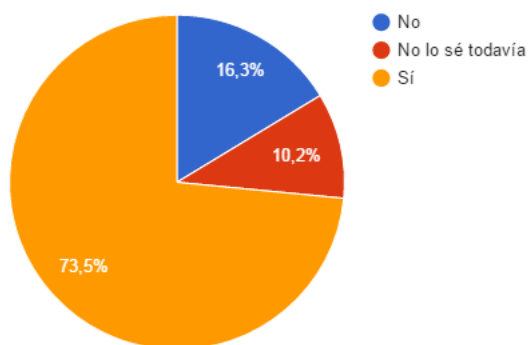
Facturación	Contratación con colaboradores externos
0 %	4,0%
Del 1 % al 10 %	16,0%
Del 11 % al 20 %	4,0%
Del 21 % al 30 %	4,0%
Del 31 % al 40 %	6,0%
Del 41 % al 50 %	12,0%
Del 51 % al 60 %	10,0%
Del 61 % al 70 %	12,0%
Del 71 % al 80 %	4,0%
Del 81 % al 90 %	10,0%
Del 91 % al 100 %	18,0%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Perfil de los colaboradores externos

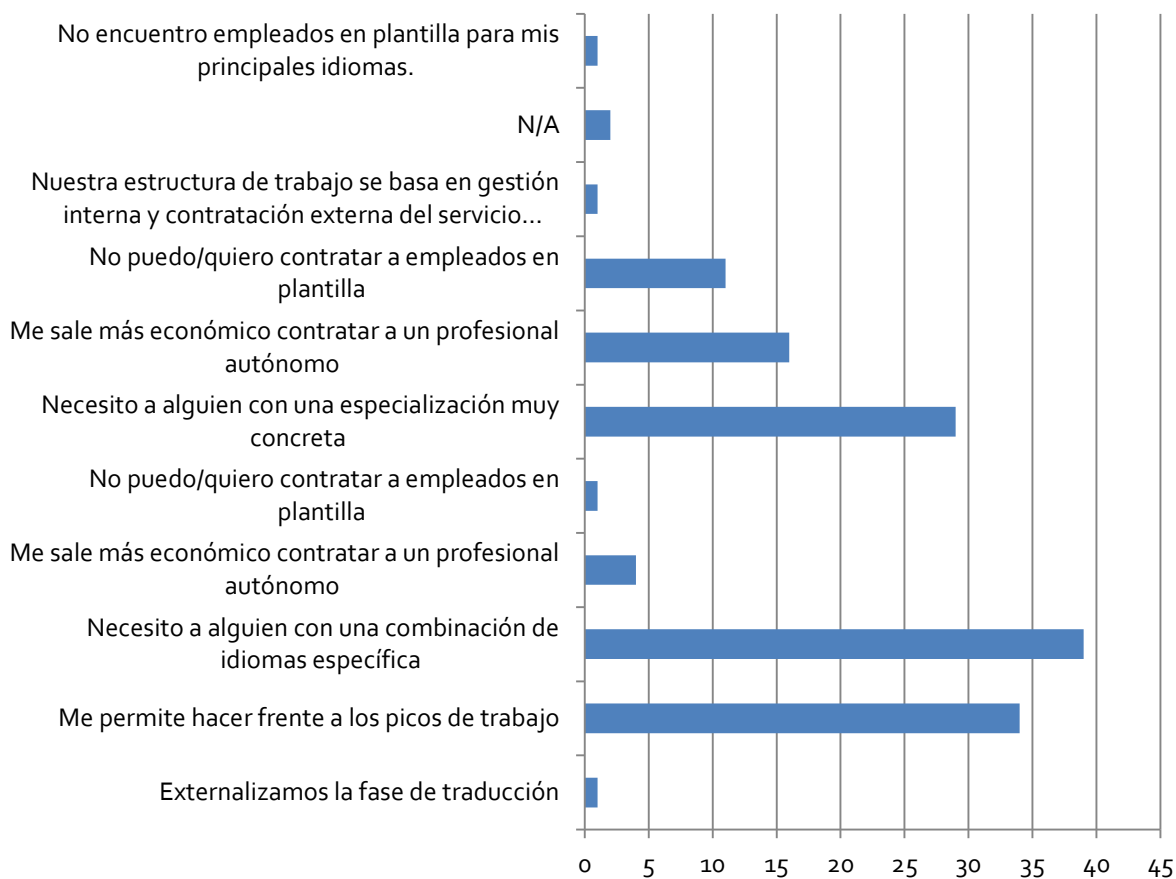


## Previsión de contratación de colaboradores externos



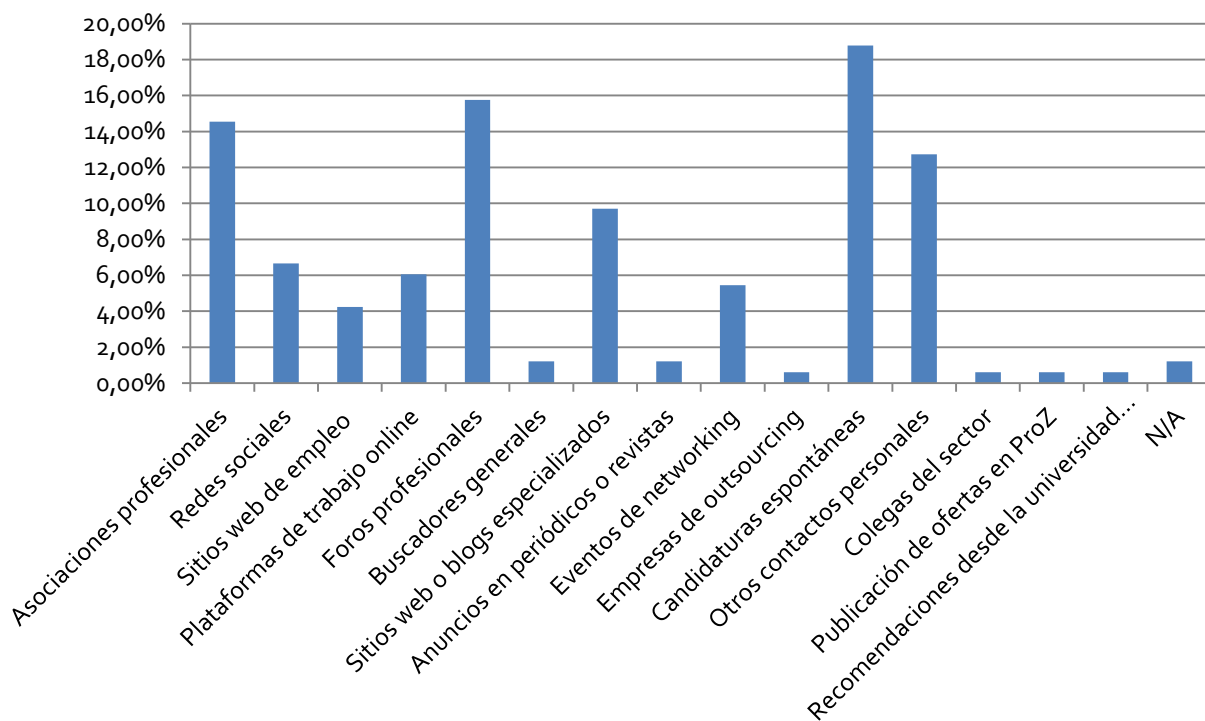
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Principales motivos para contratar colaboradores externos



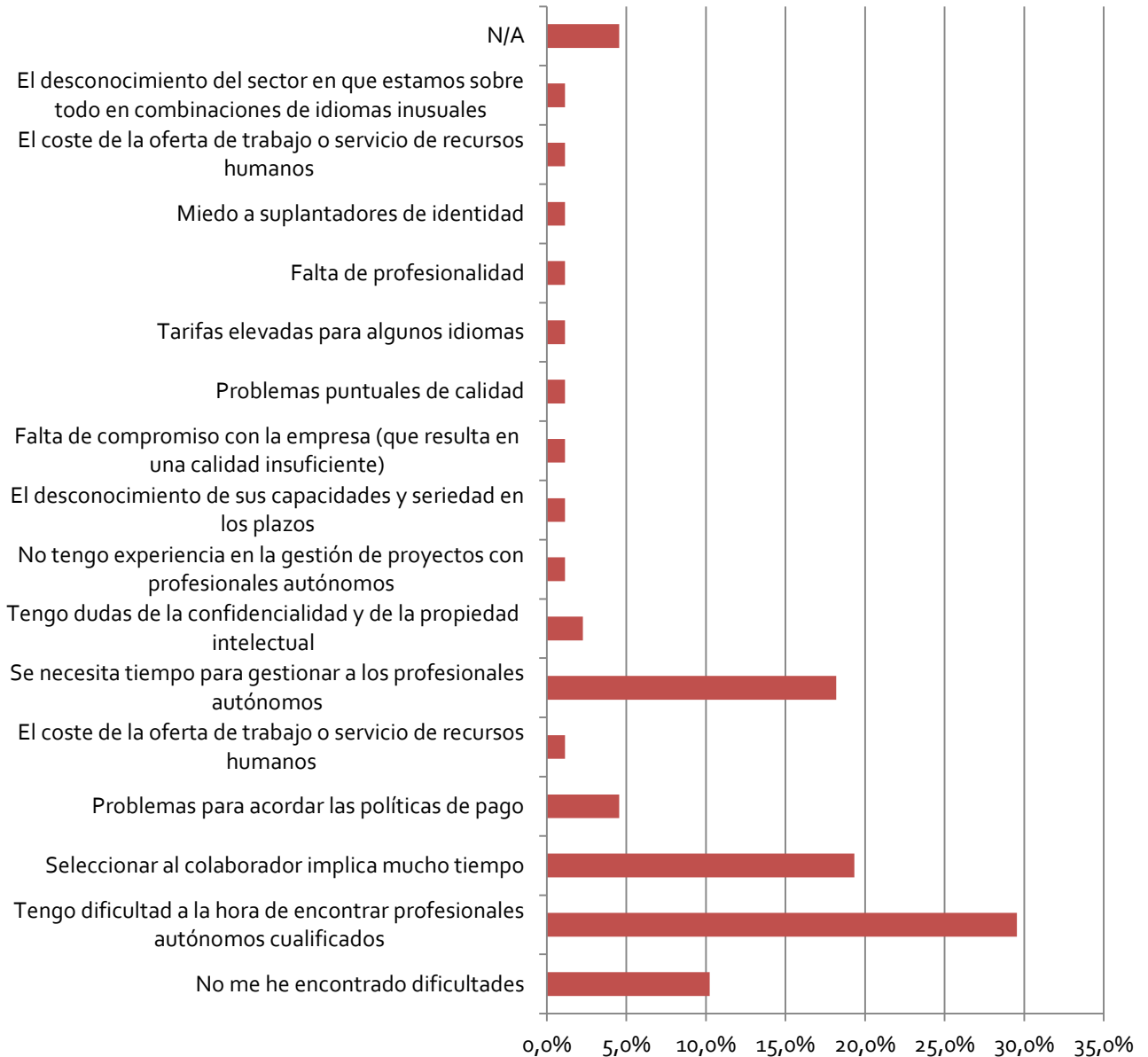
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Canales de contratación de los colaboradores externos



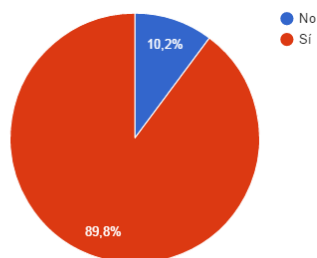
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Principales dificultades para encontrar colaboradores externos

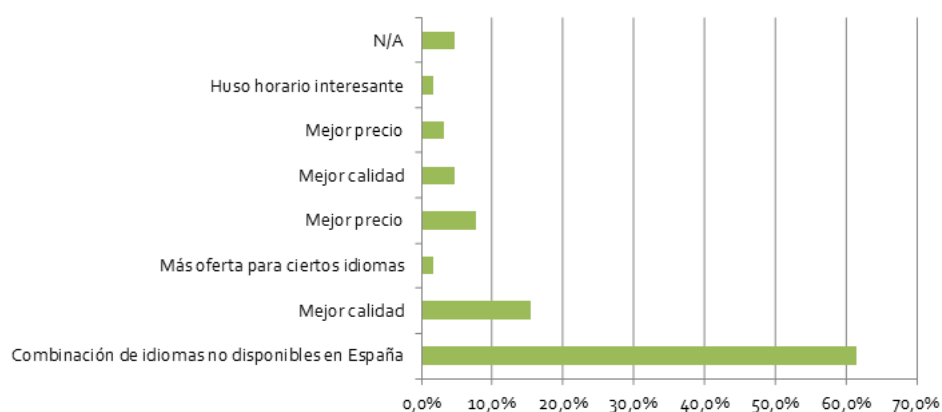


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

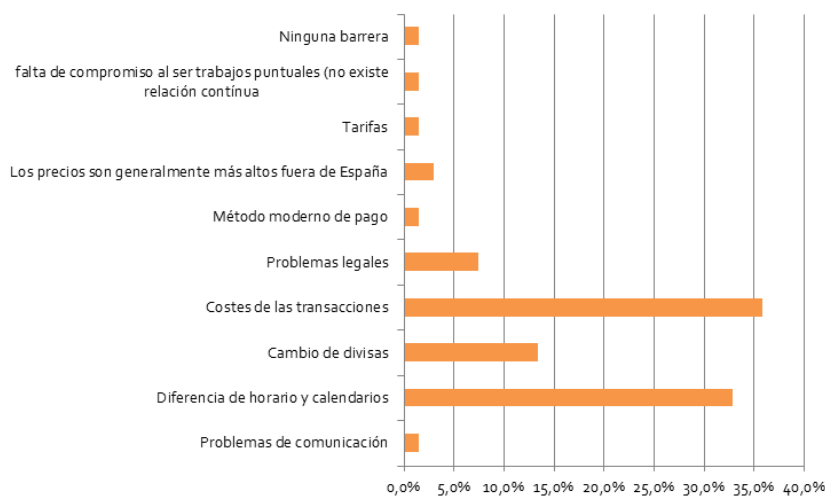
## Contratación de colaboradores externos en el extranjero



## Principales motivos para contratar colaboradores externos en el extranjero



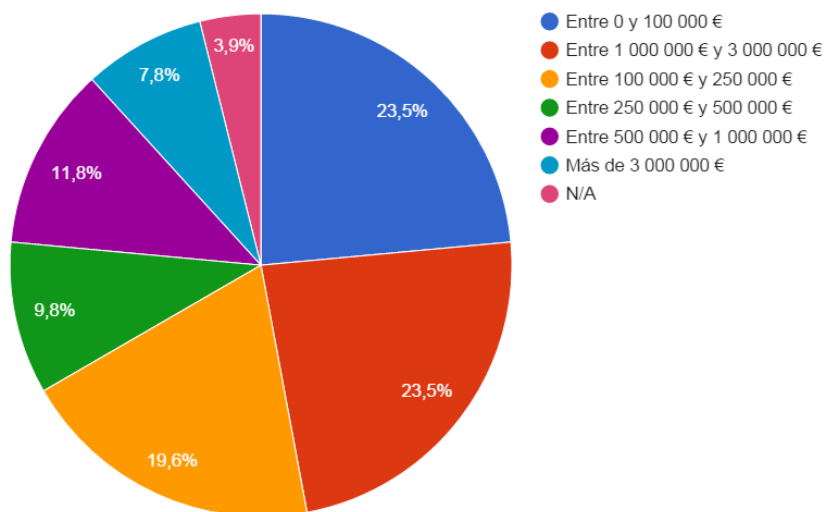
## Principales barreras para contratar colaboradores externos en el extranjero



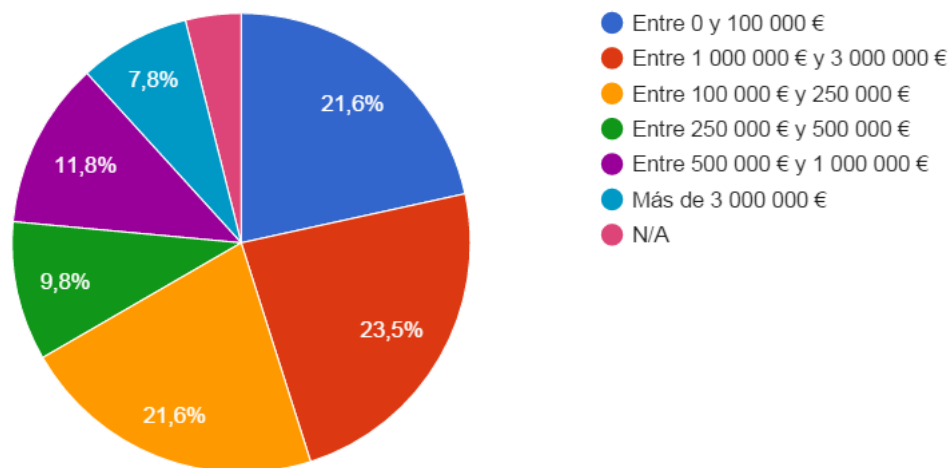
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Perfil de la empresa: datos económicos

### Volumen de facturación (datos 2014)



### Previsión facturación 2015



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Beneficio bruto antes de impuestos (datos 2014)

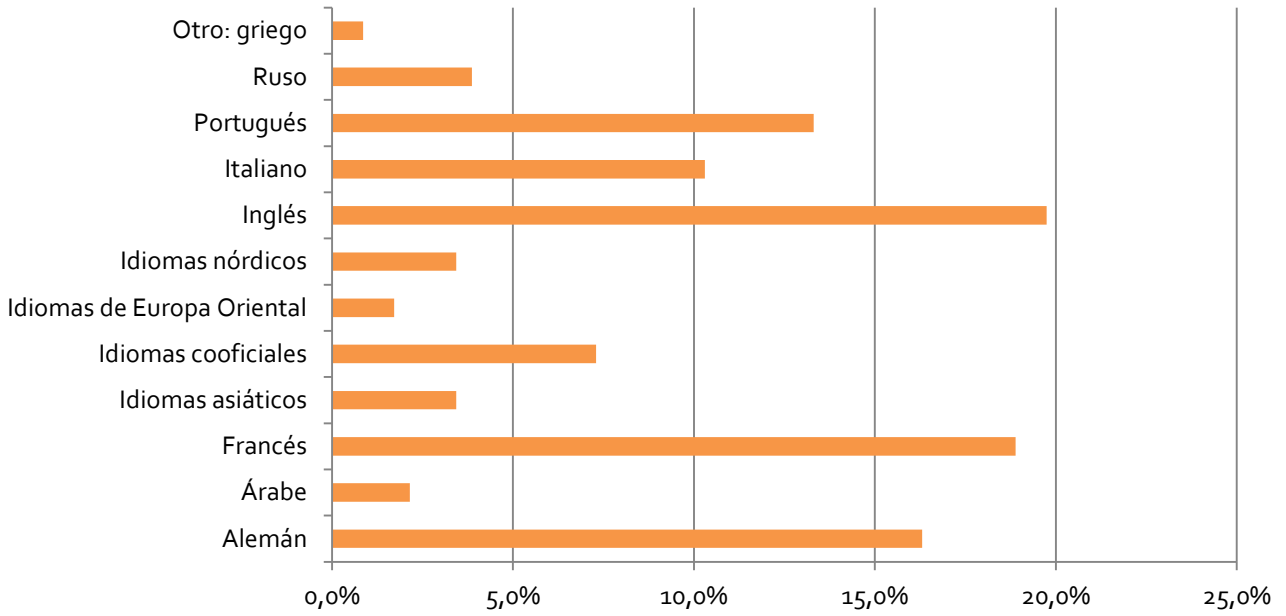
beneficio bruto de su empresa (antes de impuestos)	
Entre 0 y 100 000 €	65,3%
Entre 1 000 000 € y 3 000 000 €	2,0%
Entre 100 000 € y 250 000 €	8,2%
Entre 250 000 € y 500 000 €	8,2%
Entre 500 000 € y 1 000 000 €	2,0%
N/A	14,3%

## Margen de beneficio bruto antes de impuestos (datos 2014)

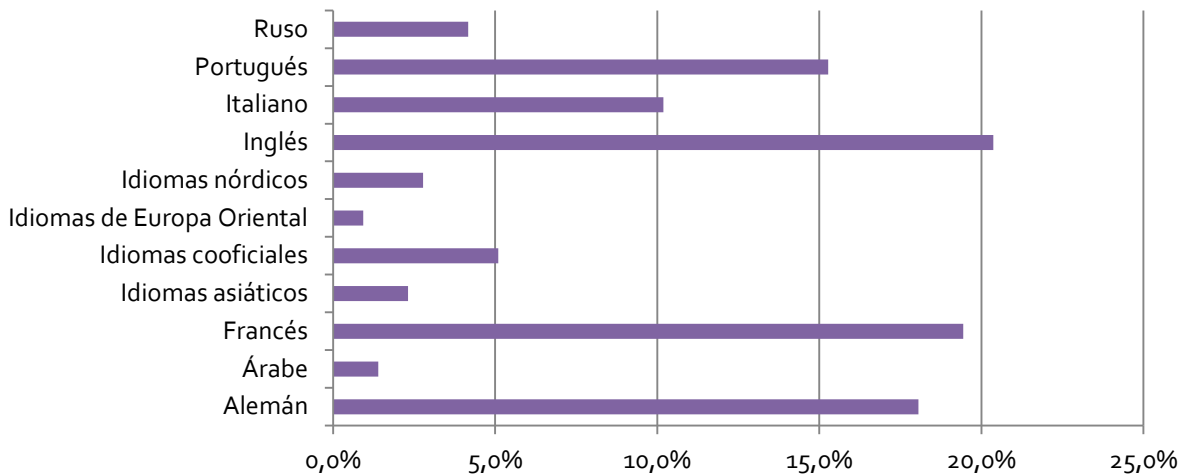
¿Cuál fue el margen de beneficio bruto (antes de impuestos) de su empresa en 2014?	
0 %	2,0%
Entre 1 % y 5 %	10,2%
Entre 11 % y 20 %	18,4%
Entre 21 % y 30 %	12,2%
Entre 31 % y 40 %	8,2%
Entre 41 % y 50 %	4,1%
Entre 51 % y 60 %	4,1%
Entre 6 % y 10 %	14,3%
N/A	26,5%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Oferta de servicios Combinaciones desde el español

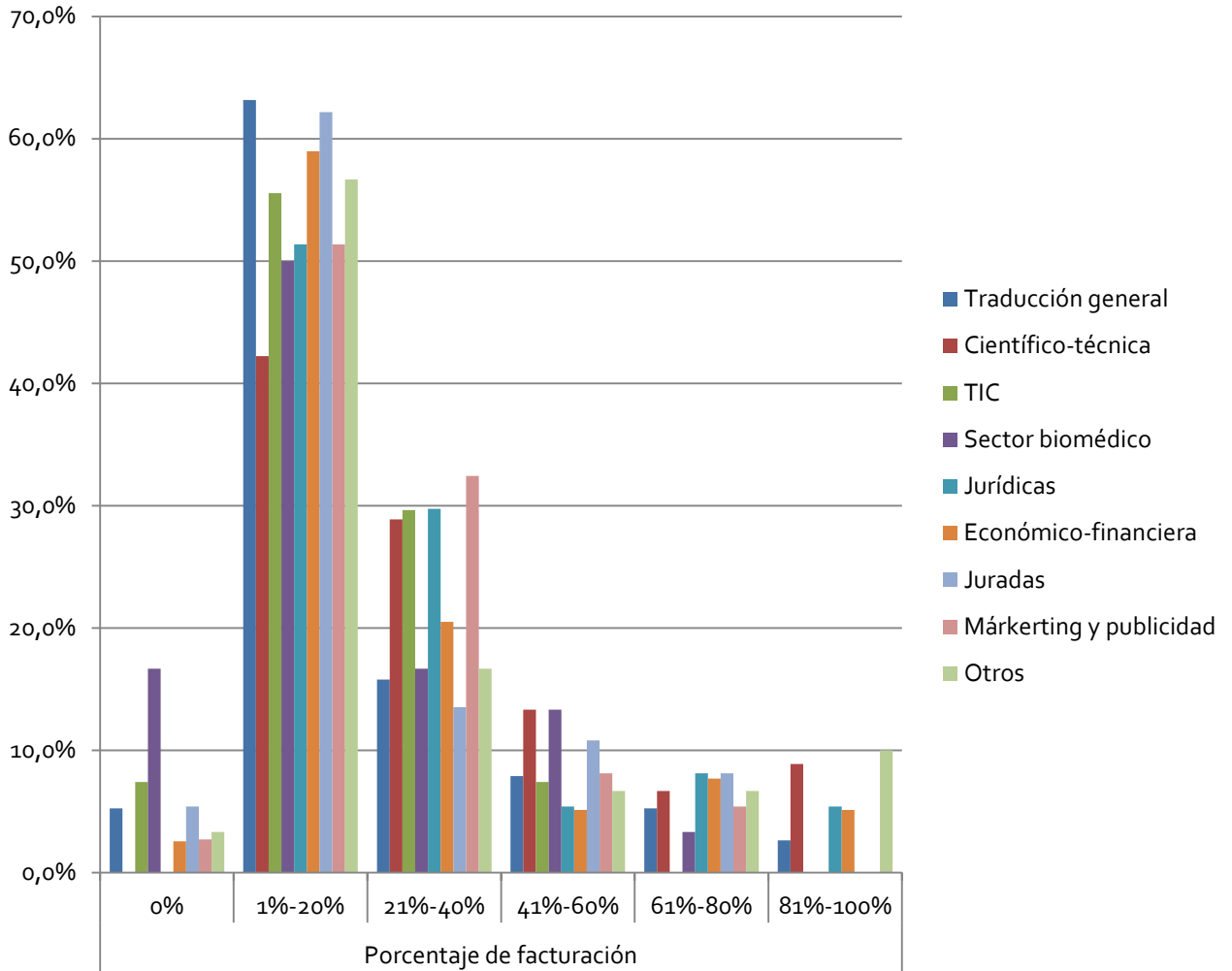


## Oferta de servicios Combinaciones hacia el español



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

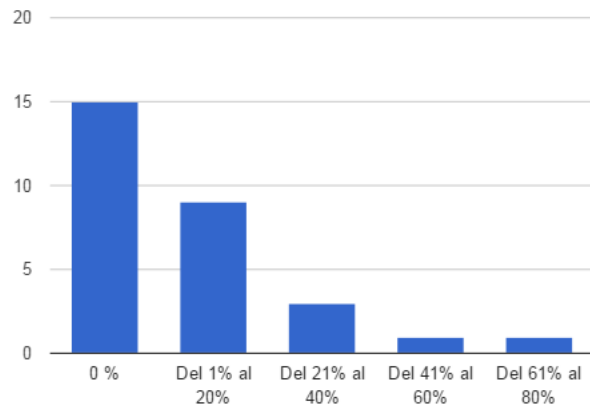
## Especialidades más demandadas



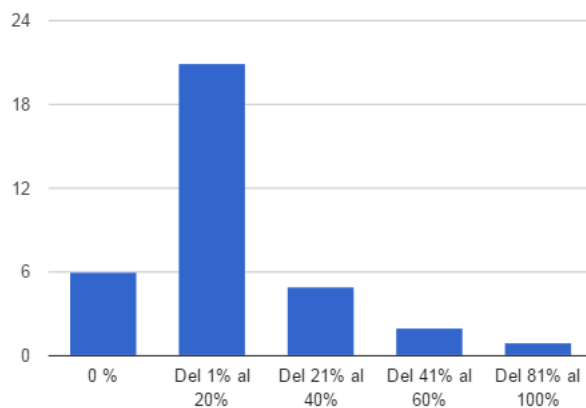
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Detalle de la oferta de servicios por especialidad

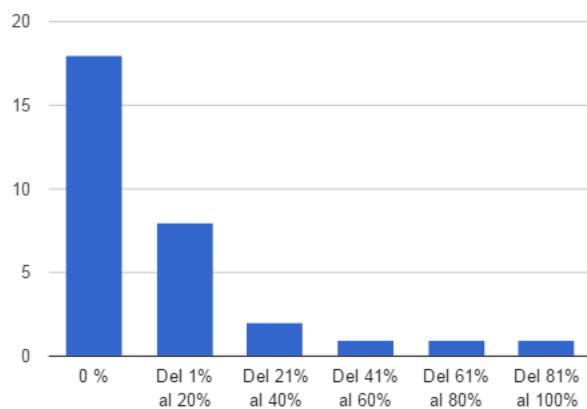
**Pregunta 31 Transcreación**



**Pregunta 31 Inter. in situ**

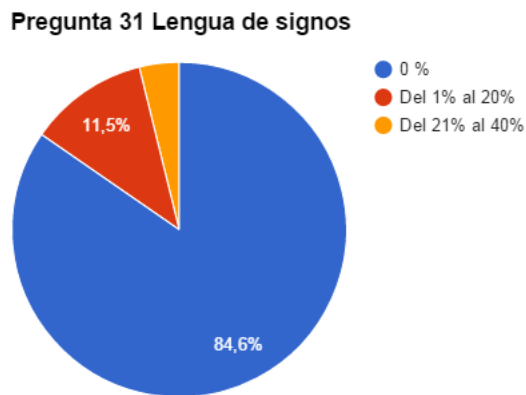
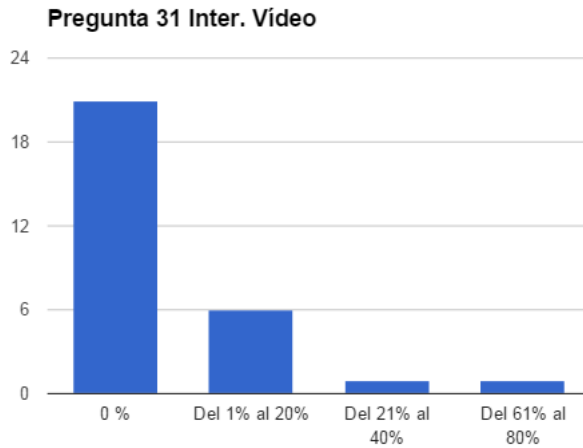


**Pregunta 31 Inter. Telefónica**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

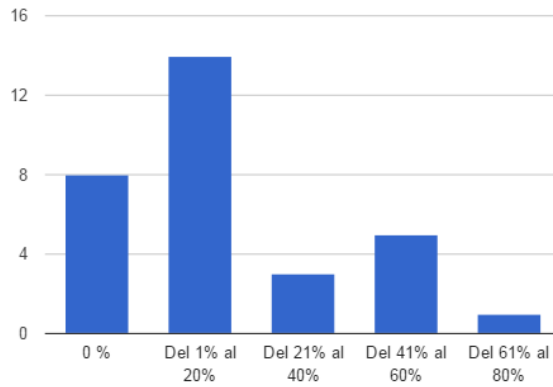
## Detalle de la oferta de servicios por especialidad



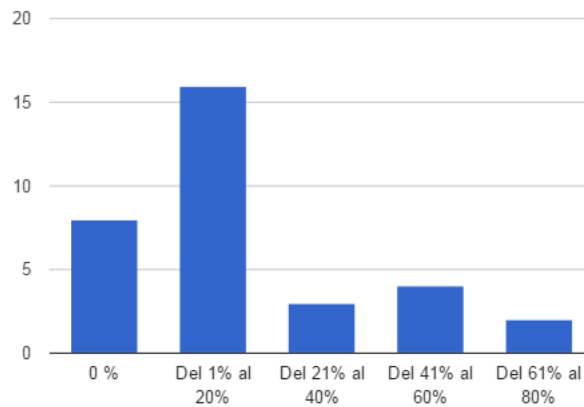
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Detalle de la oferta de servicios por especialidad

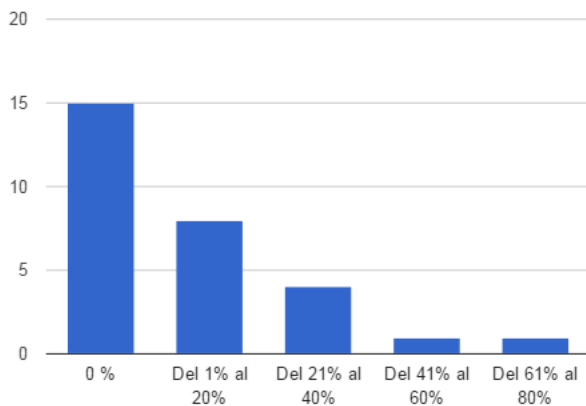
Pregunta 31 Localización Software



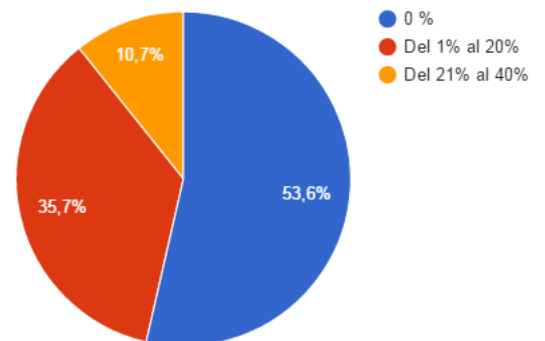
Pregunta 31 Localización web



Pregunta 31 Loc. app móvil



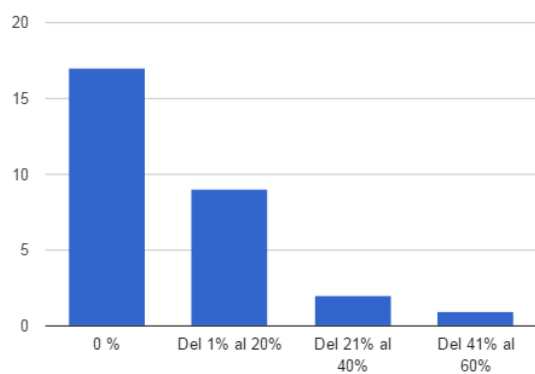
Pregunta 31 Localización multimedia



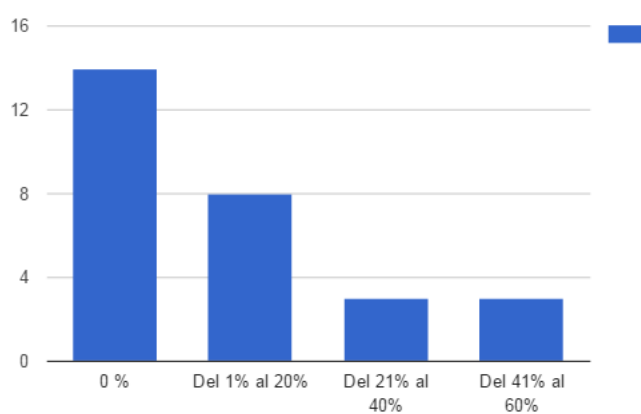
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Detalle de la oferta de servicios por especialidad

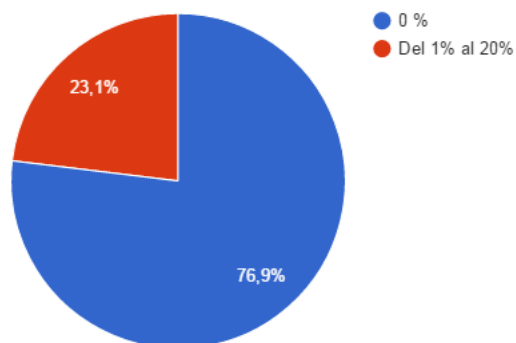
Pregunta 31 Localización videojuegos



Pregunta 31 Posedición



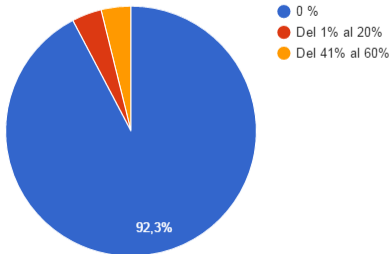
Pregunta 31 Consultoría



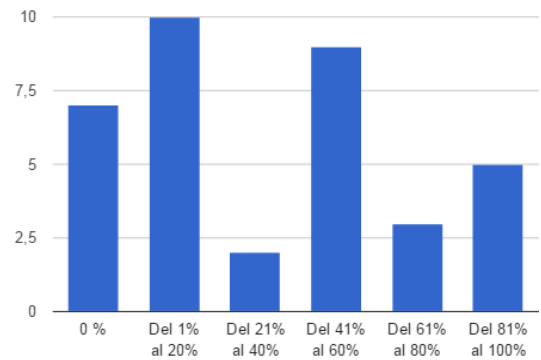
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Detalle de la oferta de servicios por especialidad

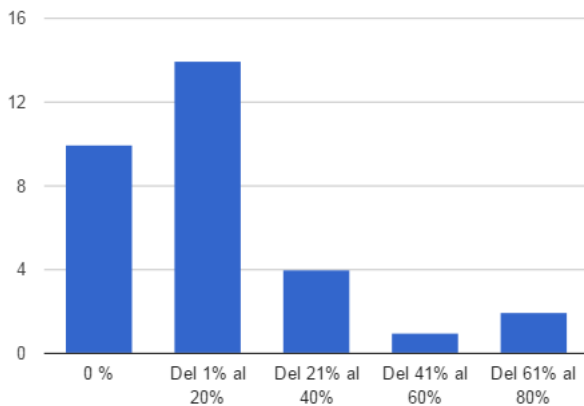
Pregunta 31 Venta TA



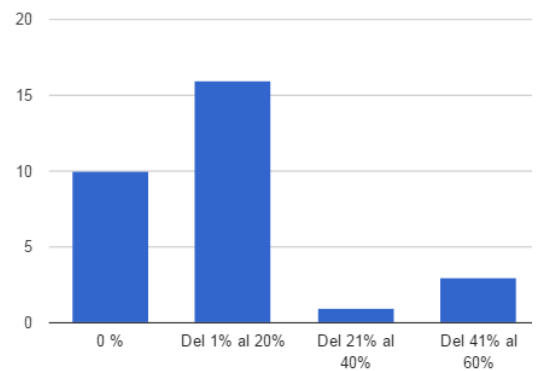
Pregunta 31 Gestión de proyectos



Pregunta 31 Maquetación



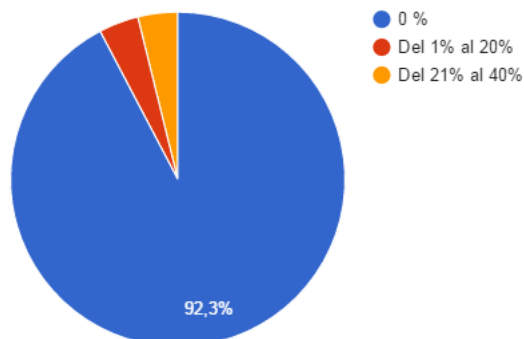
Pregunta 31 Subtitulación



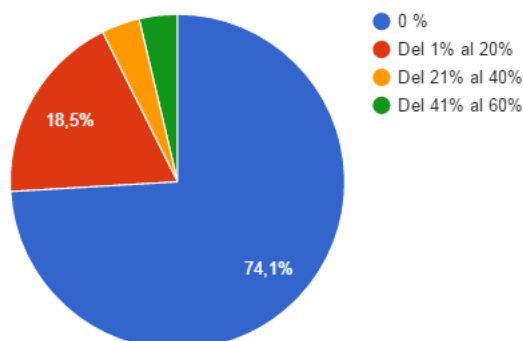
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Detalle de la oferta de servicios por especialidad

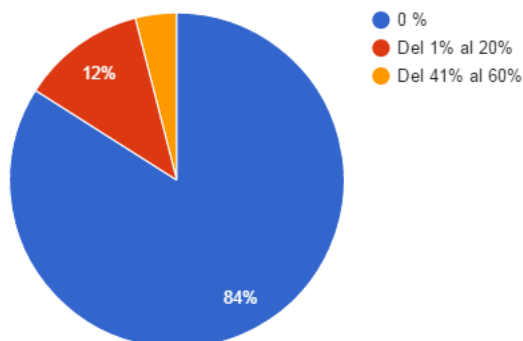
Pregunta 31 Audiodescripción



Pregunta 31. Doblaje



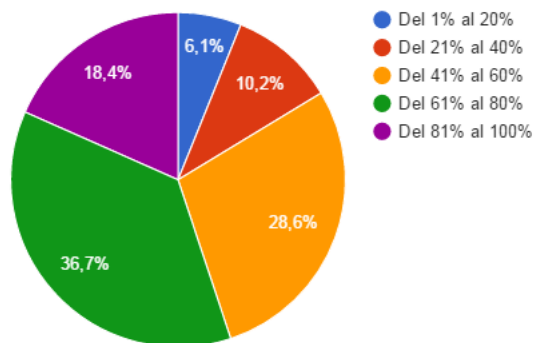
Pregunta 31. Voz superpuesta



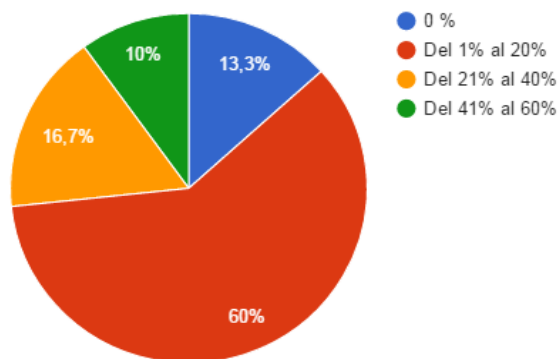
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Detalle de la oferta de servicios por tipo de formato

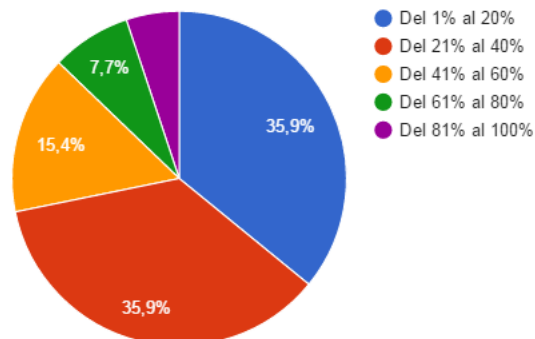
Pregunta 30 M. Office



Pregunta 30 Formatos P. Electrónica



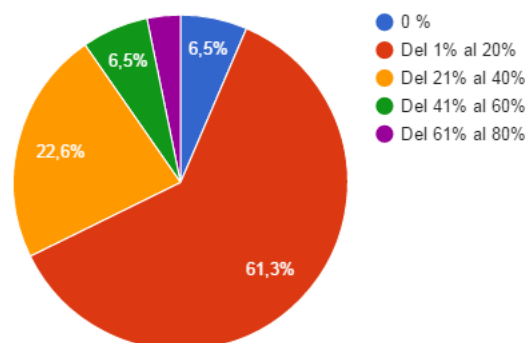
Pregunta 30 PDF



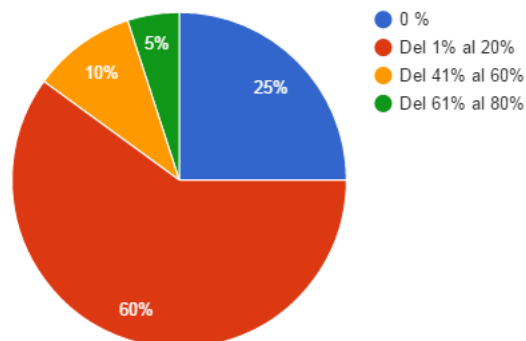
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Detalle de la oferta de servicios por tipo de formato

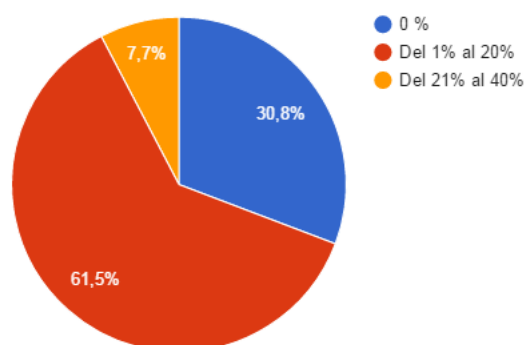
Pregunta 30 Localización web



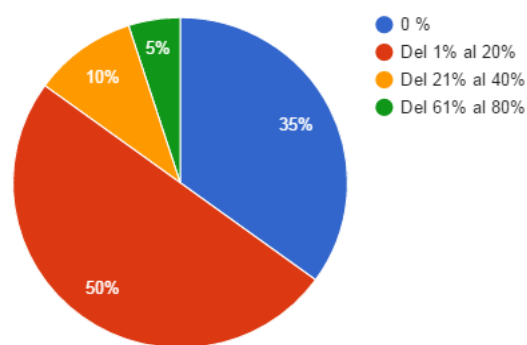
Pregunta 30 Localización software



Pregunta 30 Audiovisual

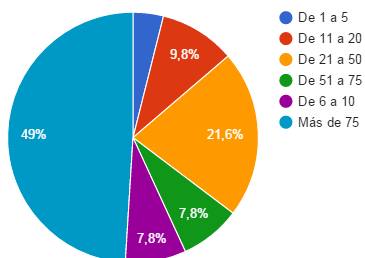


Pregunta 30 Otros

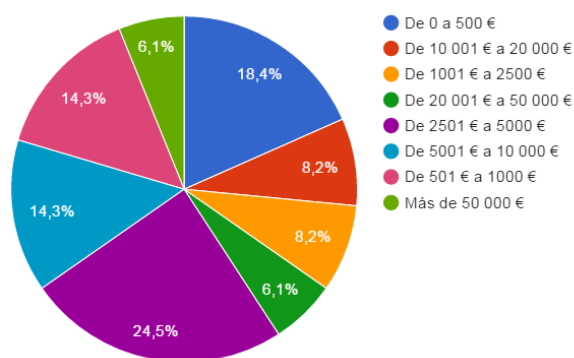


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

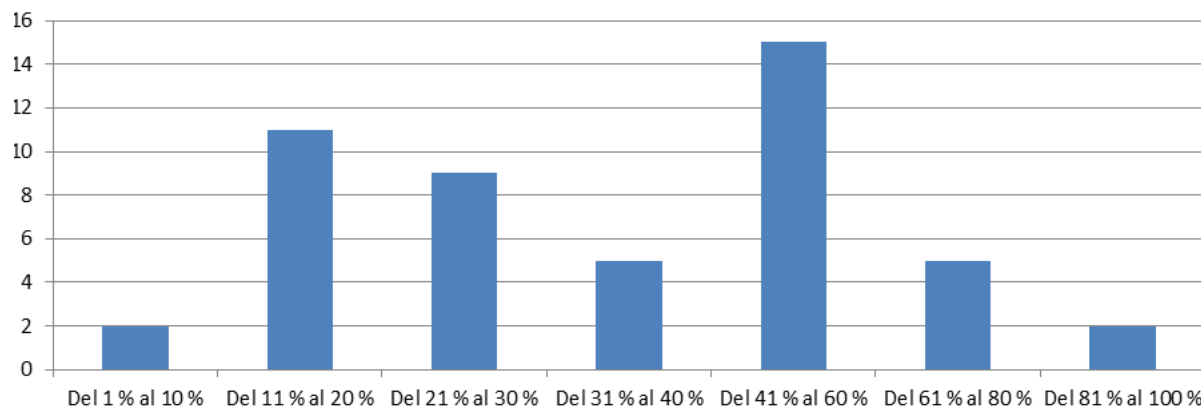
## Cientes activos en la empresa



## Media de facturación por cliente

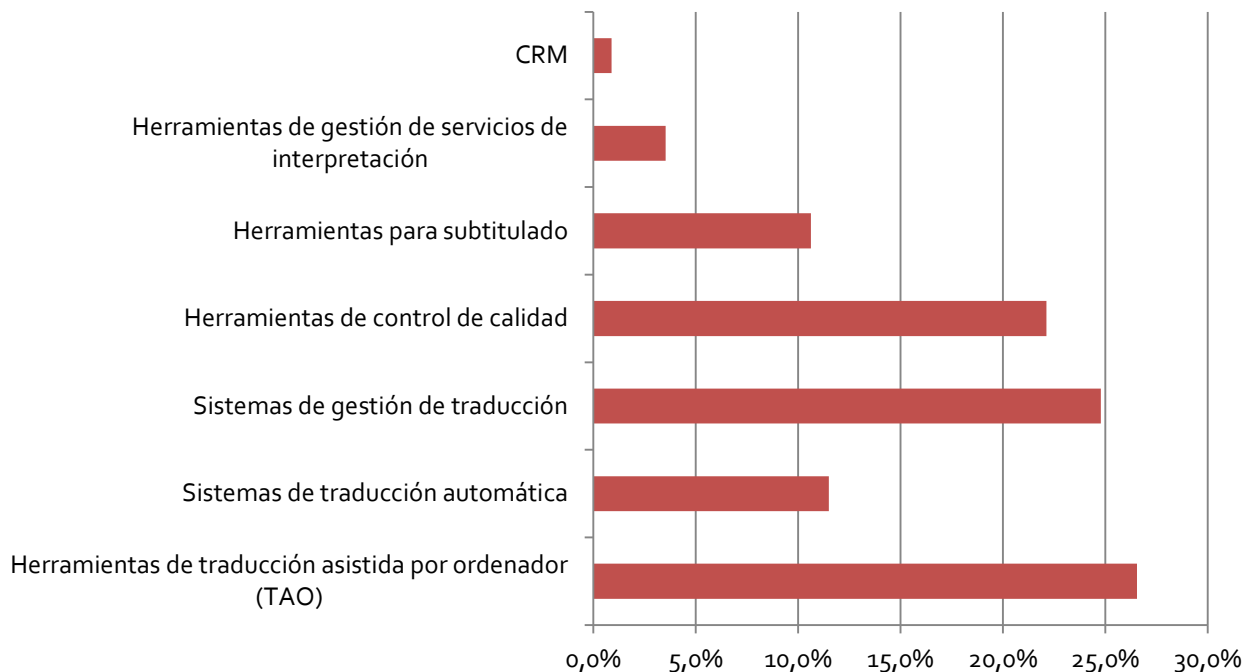


## Porcentaje de negocio que se debe a los tres clientes con los que más factura

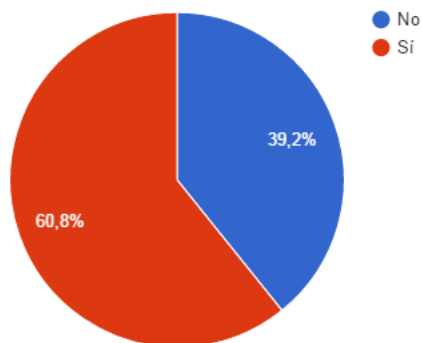


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

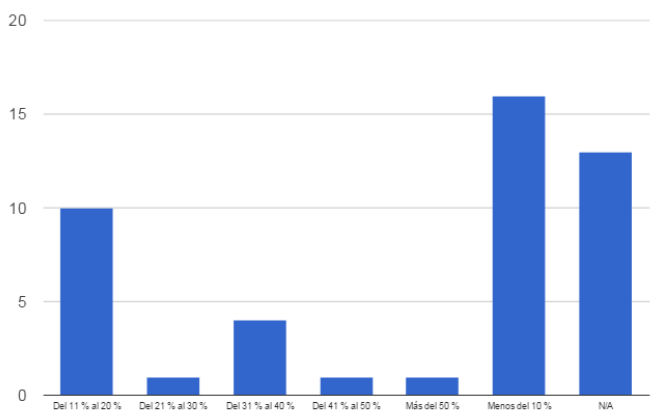
## Uso de tecnología



## Uso de plataforma en línea para recibir encargos

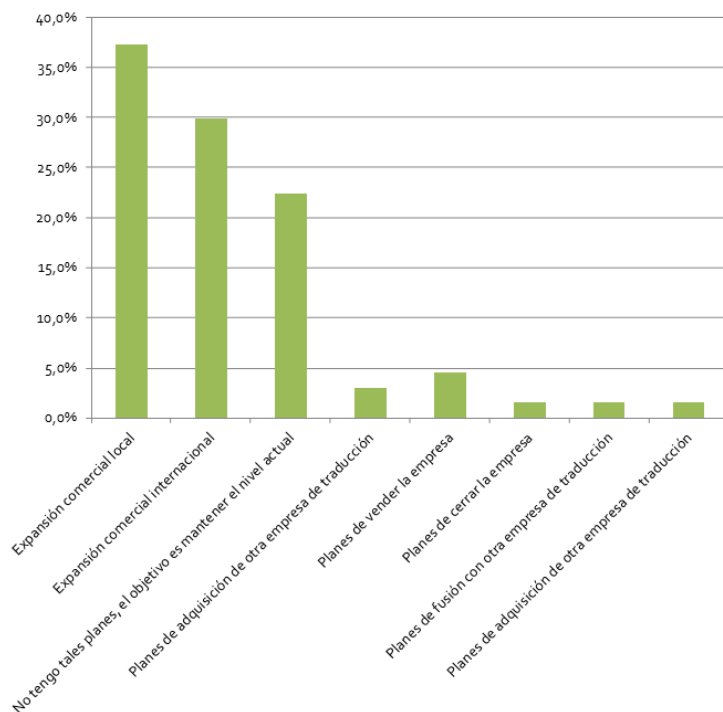


## Crecimiento de las solicitudes de servicios de traducción en línea en los últimos 12 meses

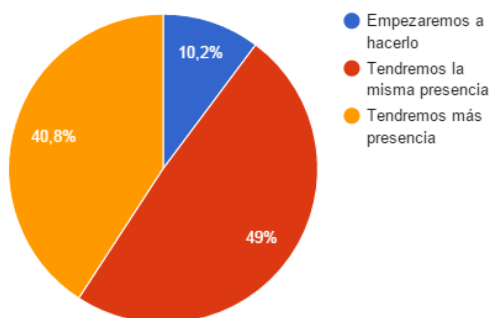


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

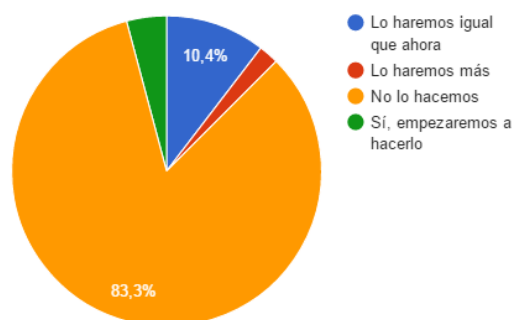
## Planes de desarrollo y expansión



## Presencia en medios sociales

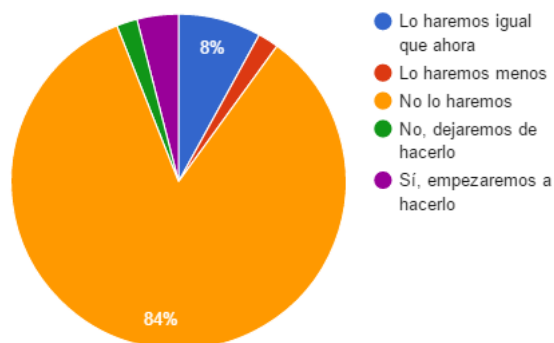


## Empleo del *crowdsourcing*

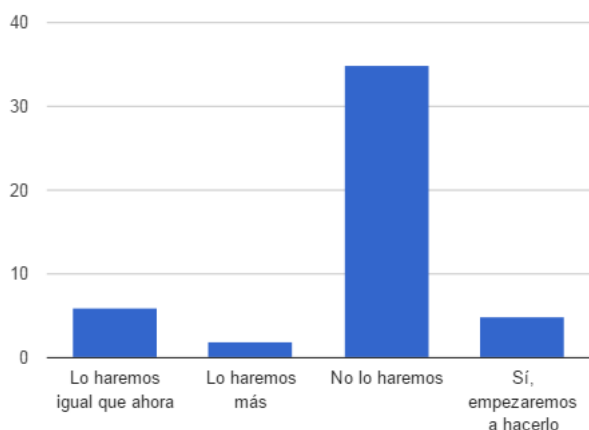


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

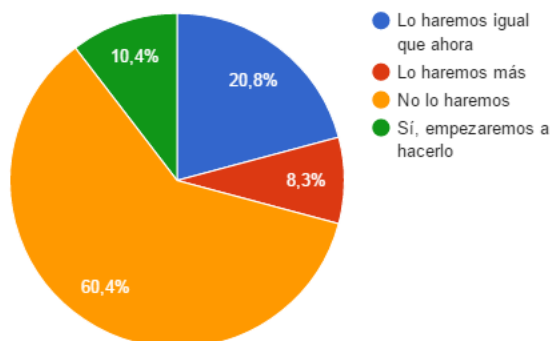
## Planes para usar traducción automática sin revisión



## Planes para ofrecer traducción automática con posesición mínima

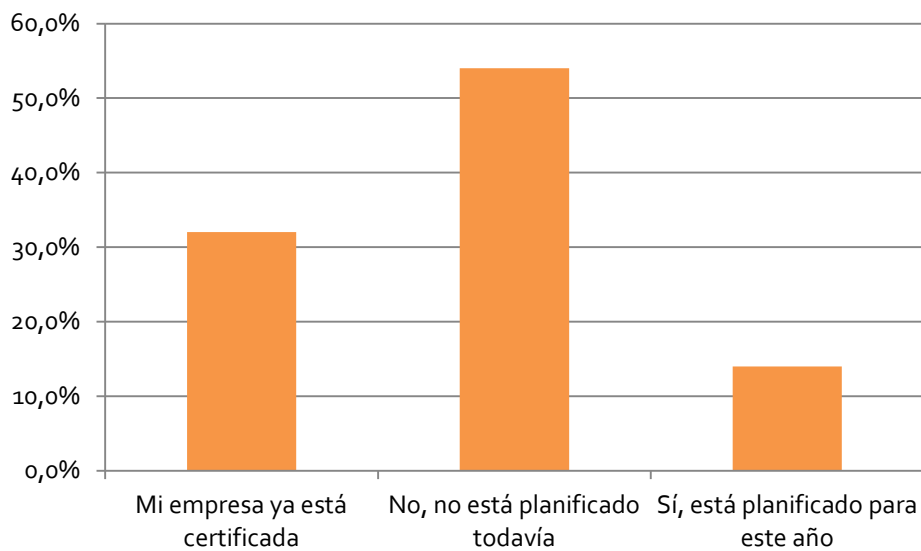


## Planes para ofrecer traducción automática con posesición completa



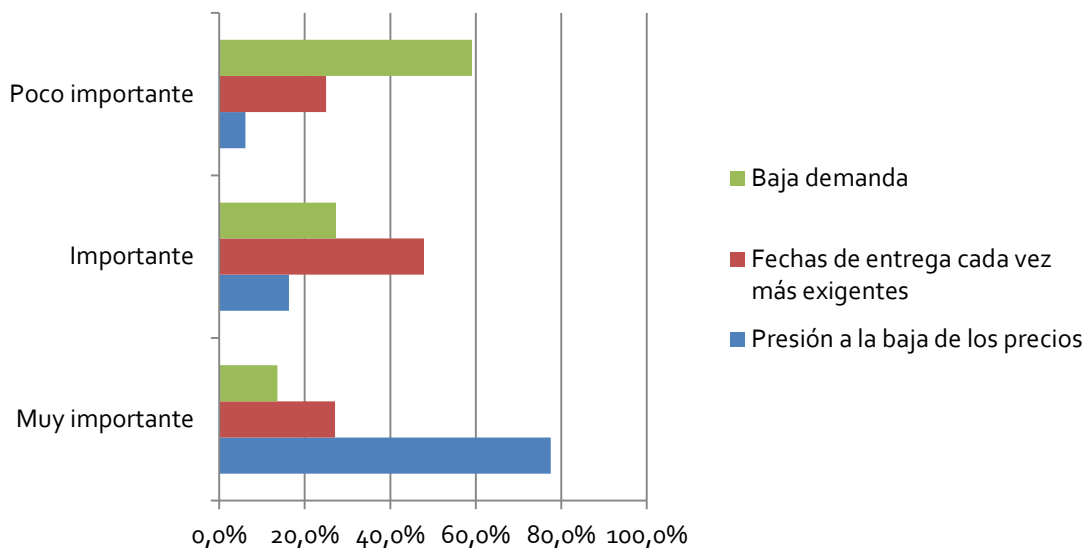
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Planes para obtener certificados de calidad

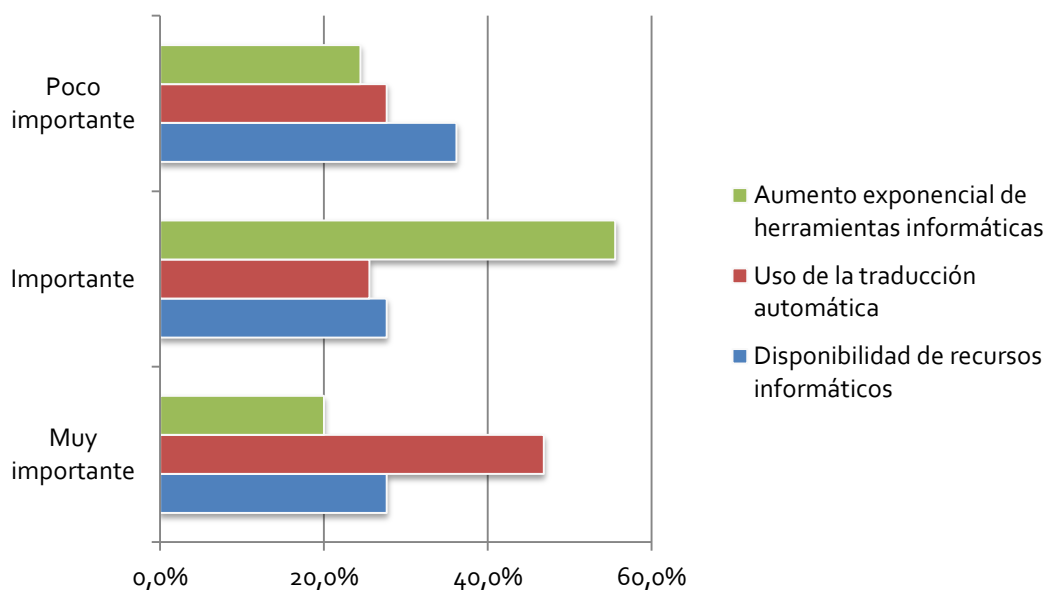


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Desafíos y tendencias globales

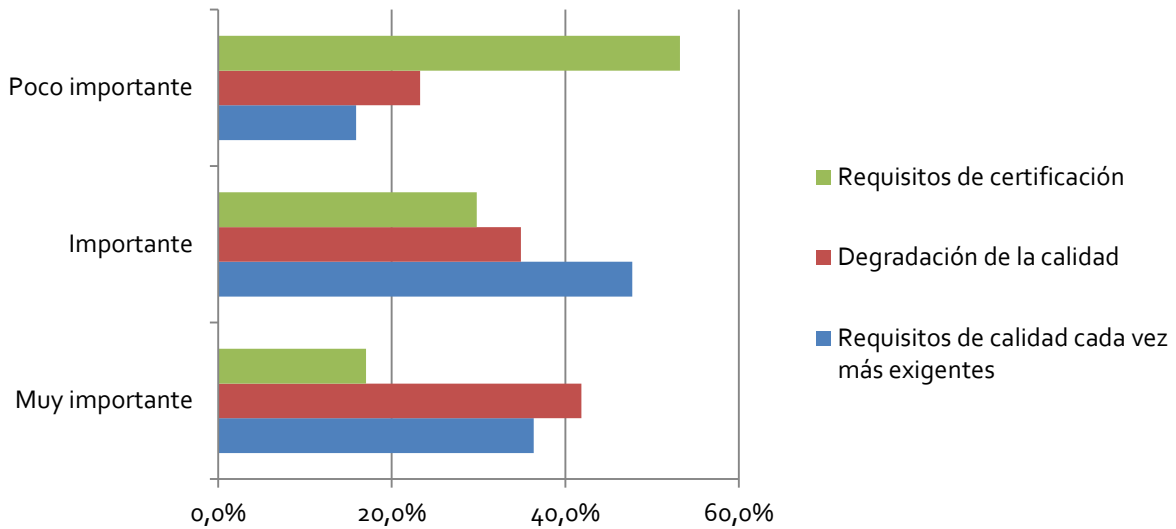


## Desafíos y tendencias con respecto a la tecnología

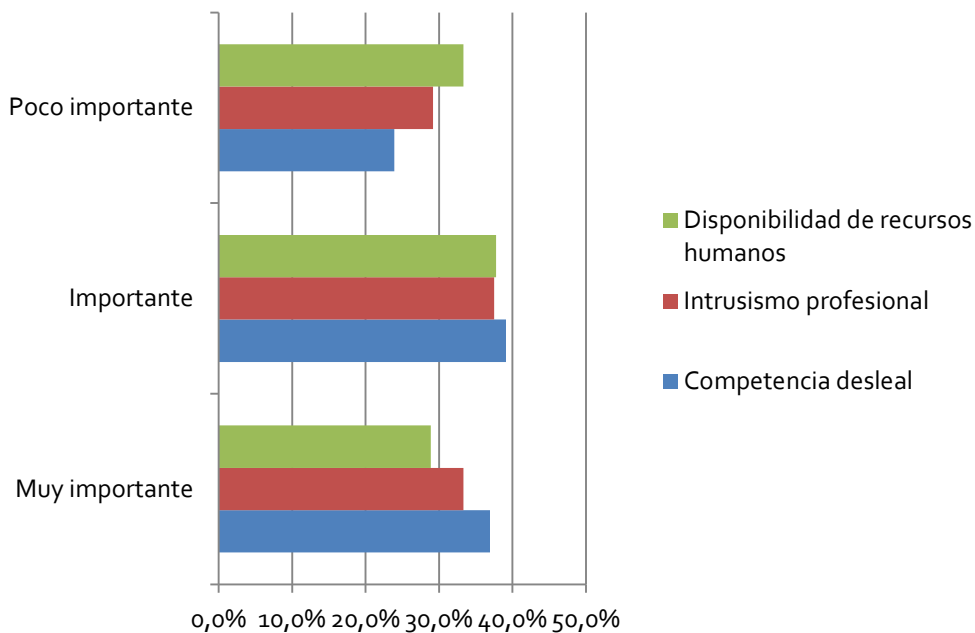


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Desafíos y tendencias con respecto a la calidad

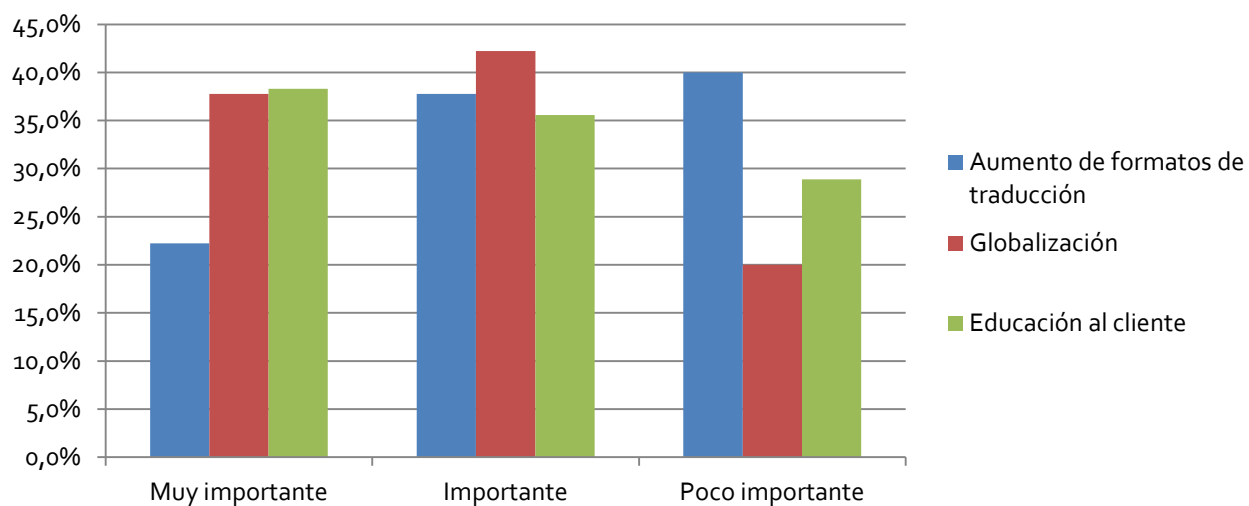


## Desafíos y tendencias con respecto a la competencia



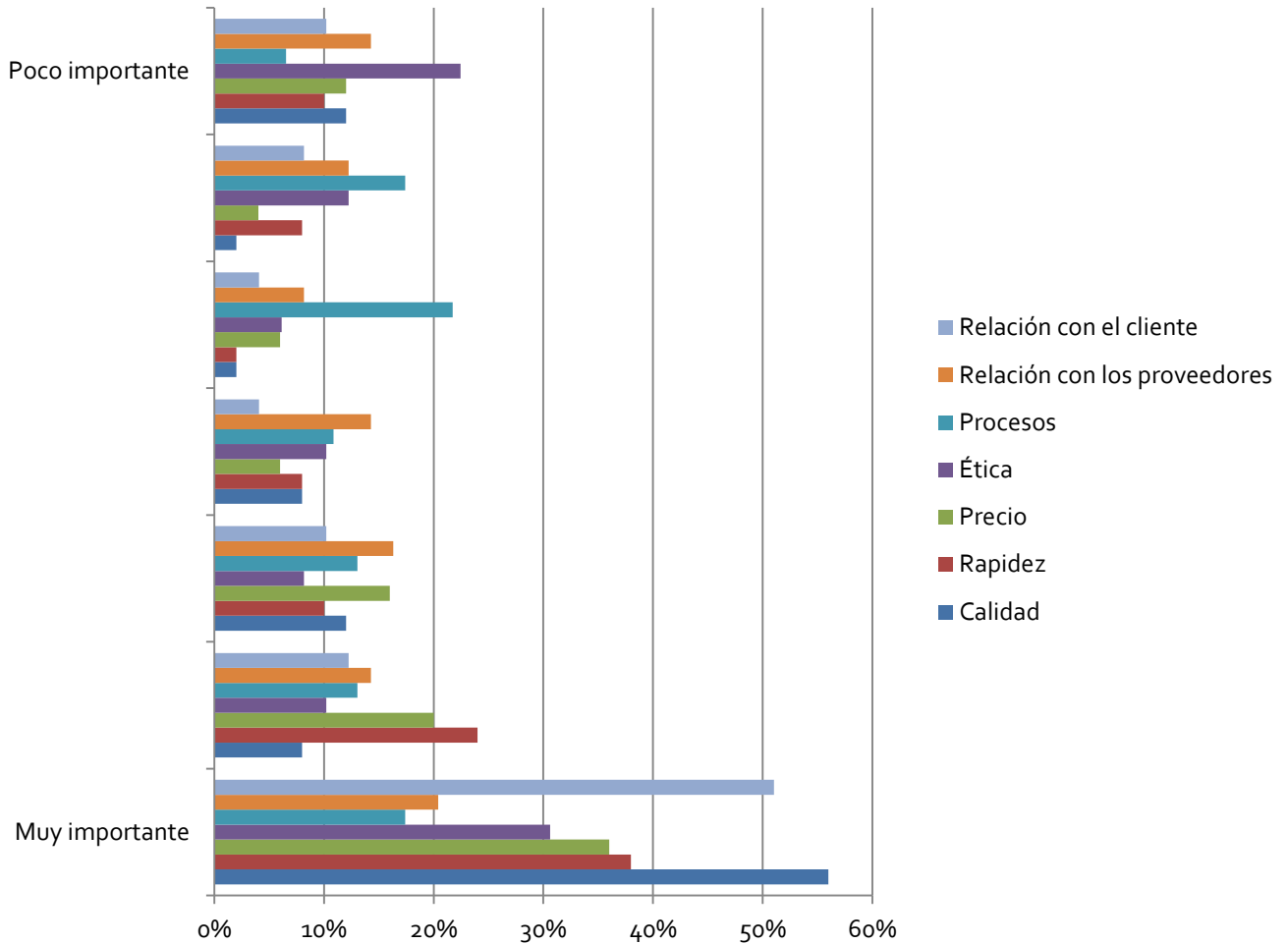
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Tendencias globales



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Importancia relativa de cada aspecto



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta



### ***3.3. El sector autónomo***

El sector de los traductores autónomos está representado en esta encuesta en un 65,3% de las respuestas recibidas. Presentamos, a continuación, un resumen de los principales aspectos. Por otra parte, el detalle de cada dato puede consultarse en los gráficos que aparecen más adelante.

### *Distribución por comunidad autónoma*

Si agrupamos los datos por comunidades autónomas, la Comunidad de Madrid es la que tiene un porcentaje de profesionales autónomos más alto (35,5%), seguida de Cataluña (23,4%) y Andalucía (11,2%).

### *Pertenencia a asociaciones*

Según los datos obtenidos, Asetrad es la asociación con más afiliados (38,5%).

### *Contratación de colaboradores externos*

Un 40% de autónomos decidió no trabajar con colaboradores externos durante 2014, mientras que los que sí lo hicieron (35%), trabajaron con una media de 2 a 5 colaboradores. En el perfil de estos colaboradores externos destaca el de los traductores y el de los revisores por encima del resto, de modo que cada autónomo cuenta al menos con un traductor (27%) y un revisor (20%). El tercer perfil más destacable es el de administrativo (10%). La principal razón por la que se contrata a colaboradores externos es para hacer frente a los picos de trabajo (40% de los casos), seguido de la necesidad de encontrar una combinación de idiomas específica (32%).

Para realizar estas contrataciones, el canal preferido por los traductores autónomos es el de los contactos personales (42%), seguido de las asociaciones profesionales (31%) y, en tercer lugar, los foros profesionales. Hay métodos que ya están anticuados, como buscar en los anuncios de periódicos y revistas.

En cuanto a las dificultades de los autónomos a la hora de contratar colaboradores externos, solo el 24% asegura no haber tenido dificultades. Respecto a futuros proyectos de los autónomos con colaboradores externos, un 42,6% afirma que no pretende trabajar con más colaboradores. Es importante destacar que el 70% de los autónomos no contrata a colaboradores externos que viven en otros países, a pesar de que, como veremos más adelante, sí aceptan encargos que provengan de otros países.

### *Datos de facturación y beneficio bruto*

Respecto a los datos de facturación de los autónomos en el año 2014, se han recogido los siguientes datos:

- 23,6% facturó entre 0 y 15.000 euros
- 24,5% facturó entre 15.000 y 25.000 euros
- 14,2% facturó entre 25.000 y 35.000
- 9,4% facturó entre 35.000 y 45.000
- 9,4% facturó más de 60.000 euros

### *Oferta de servicios: combinaciones de idiomas*

Para los autónomos, los idiomas que más destacan dentro de las combinaciones de idiomas desde el español, son:

- inglés (52%)
- francés (con un 29%)
- idiomas cooficiales (18%)
- alemán (15%)
- italiano (10%).

Como podemos comprobar, el inglés se sigue imponiendo como idioma clave para el trabajo. En cuanto a los idiomas que destacan en las combinaciones hacia el español, domina de nuevo el inglés con un 75%, seguido del francés (55%), el alemán (29%), el italiano (20%) y las lenguas cooficiales (16%).

Si analizamos el porcentaje que supone cada servicio sobre la facturación, anual comprobamos que no existe un tipo de oferta que destaque sobre otra. En este marco, el servicio que hoy día crece más rápido es el de la traducción (68%), seguido de la localización de software (22%) y la posesión de traducción automática (16%).

### *Demanda de servicios: especialidades y formatos*

En cuanto a las especialidades más demandadas en los servicios de traducción a autónomos, no hay ninguna que destaque por encima de otra, siendo los porcentajes de demanda de unas y otras muy similares (del 1% al 20% por cada especialidad).

Estos datos parecen indicar que los autónomos aceptan todo tipo de encargos, sin importar su especialidad. El perfil de la demanda se completa con la referencia a los formatos, donde Microsoft Office (destaca por encima de los demás como el formato más demandado (35,6%).

### *Negocio internacional*

Como era de esperar, el sector está abierto al negocio internacional y un 92,4% de los autónomos acepta encargos de traducción que proceden de otros países, concretamente Reino Unido (52%), EEUU (46%), Alemania (36%) y Francia (34%).

### *Perfil del cliente*

Según las respuestas obtenidas, los cuatro sectores mayoritarios a los que pertenecen los clientes de los autónomos son: industria/técnico (58%), tecnológico (47%), salud/farmacia (46%) y turismo (41%).

La media de facturación por cliente para los autónomos está entre 0 y 500 euros (25%), seguido de 1001 a 2500 euros (22,9%) , y de 2501 a 5000 euros (18,8%). Un 31% de los autónomos tiene entre 6 y 10 clientes activos, seguido de un 27% que tiene de 11 a 20 y de un 26% que tiene de 1 a 5 clientes activos.

### *Desafíos y tendencias*

En los desafíos y tendencias del mercado de la traducción del 2015, según los autónomos, el más importante de todos es la presión a la baja de los precios (63%), seguido por las fechas de entrega cada vez más exigentes (26%). Por el contrario, el que menos importancia tiene según los encuestados es la baja demanda (54%).

Desde el punto de vista de la tecnología, los principales desafíos son el uso de la traducción automática (37%), seguido muy de cerca por la disponibilidad de recursos informáticos (34%).

Con respecto a la calidad de los servicios de traducción, en el 2015, el desafío más importante es su degradación (57%),

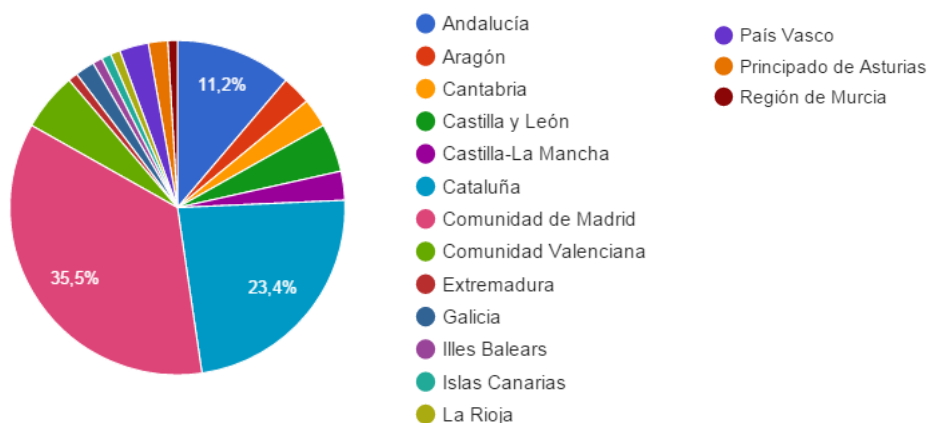
mientras que los requisitos de certificación (59%) se consideran el desafío menos destacable.

Respecto a los desafíos y tendencias en la competitividad del mercado de la traducción, el más relevante es la competencia desleal. El menos importante, según los encuestado,s es la disponibilidad de recursos humanos. La tendencia que más importancia tuvo en el 2015, según los autónomos, fue la educación al cliente, mientras que la menos relevante fue el aumento exponencial de los formatos de traducción.

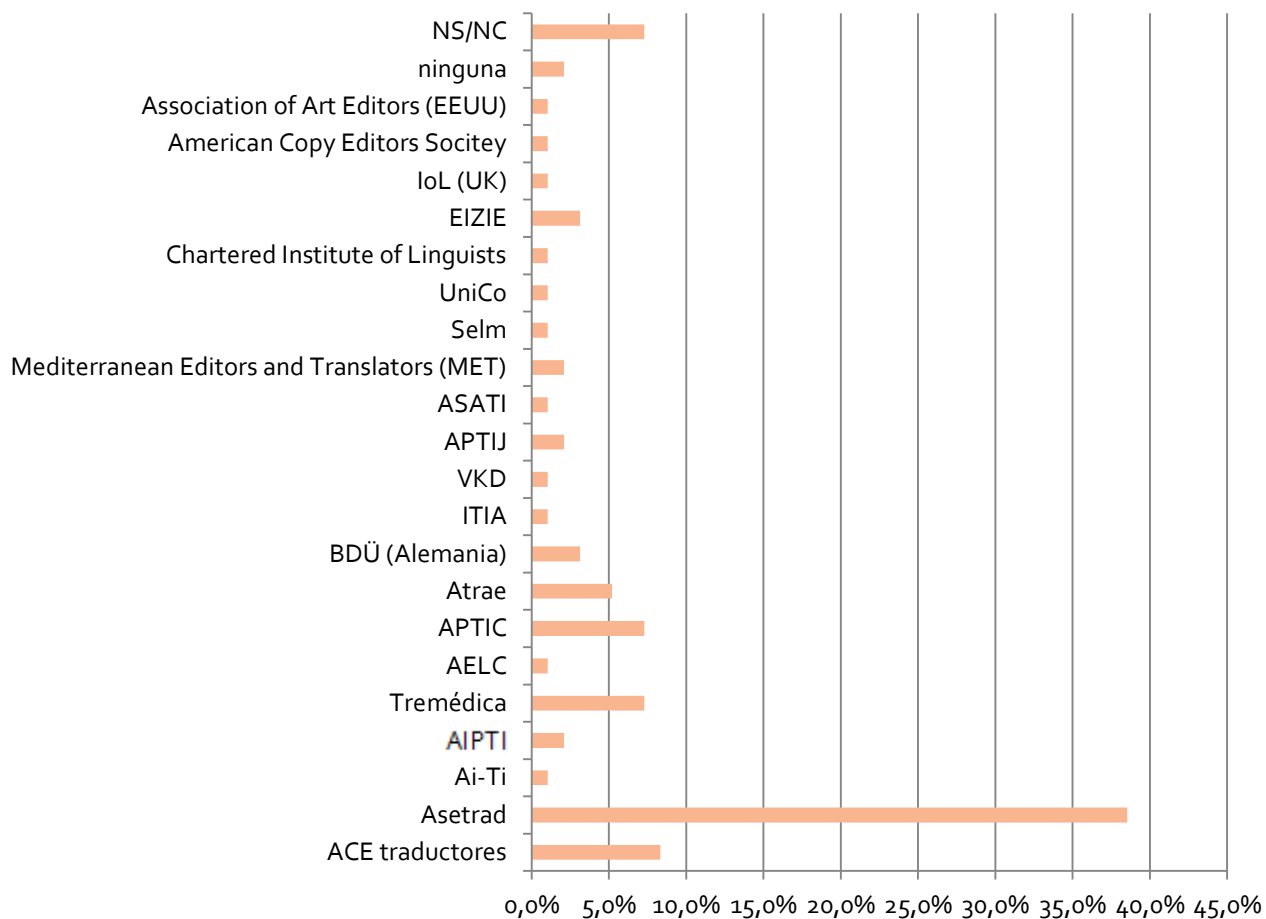
Según la opinión de los autónomos encuestados, el aspecto que más importancia tiene dentro de la industria de la traducción es la calidad (69%), seguido muy de lejos por la ética (32%) y la relación con el cliente (30%).

Los gráficos que aparecen a continuación muestran el detalle de los datos obtenidos.

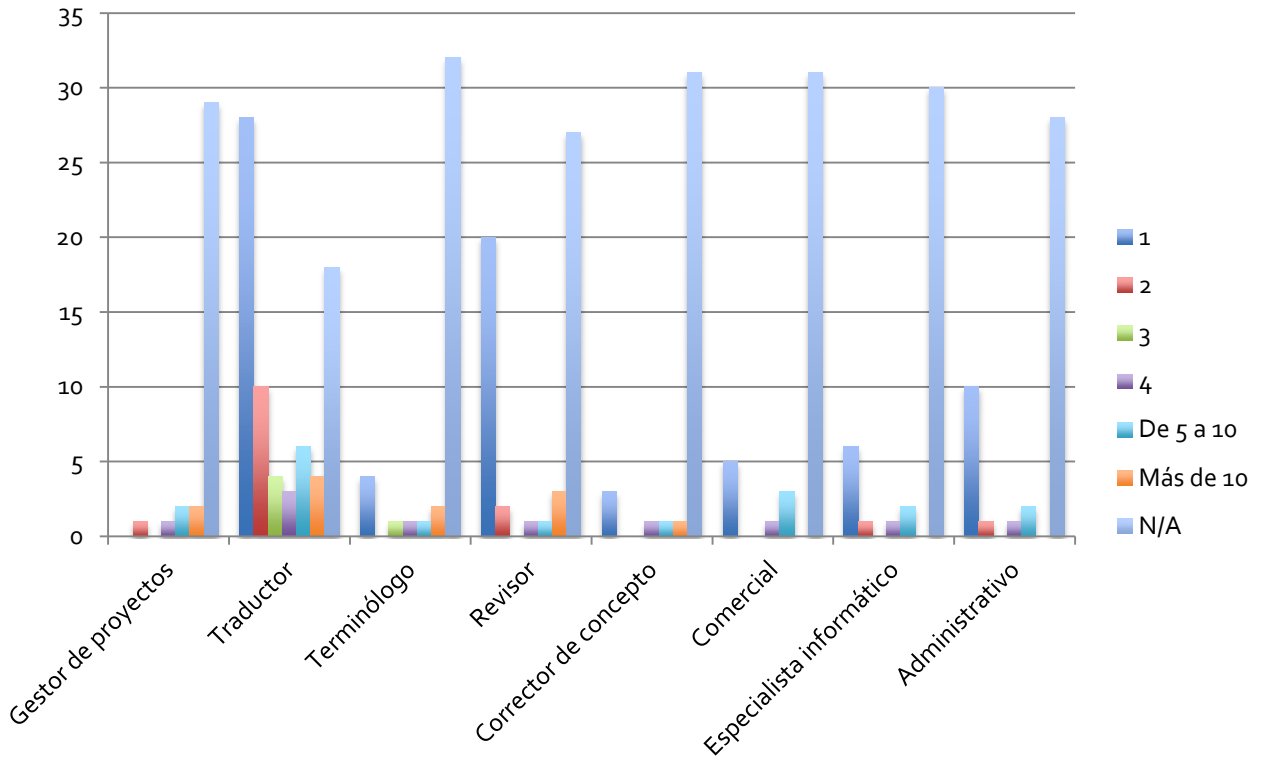
## Distribución de profesionales autónomos por comunidad autónoma



## Afiliación a asociaciones



## Perfil de los colaboradores externos

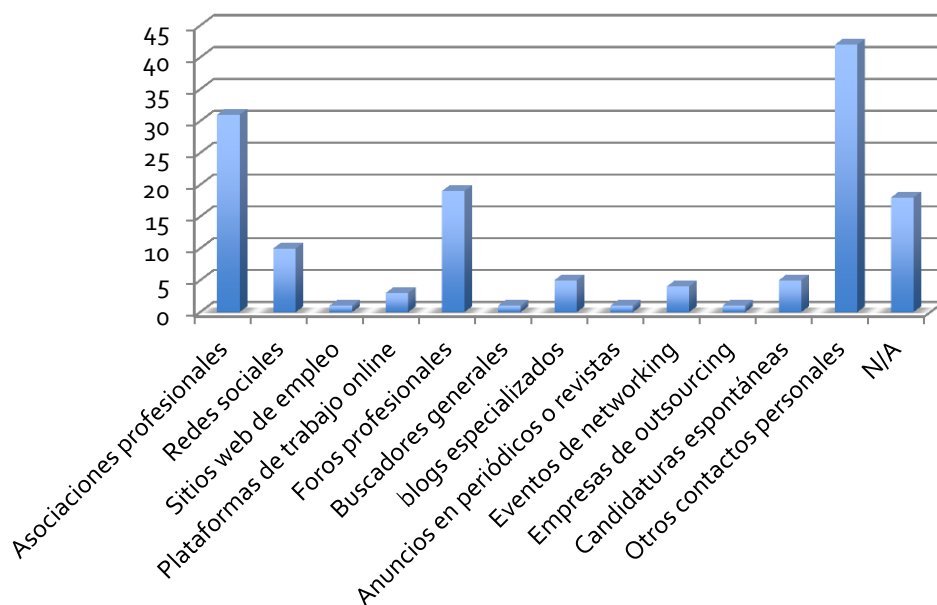


## Motivos para contratar colaboradores externos

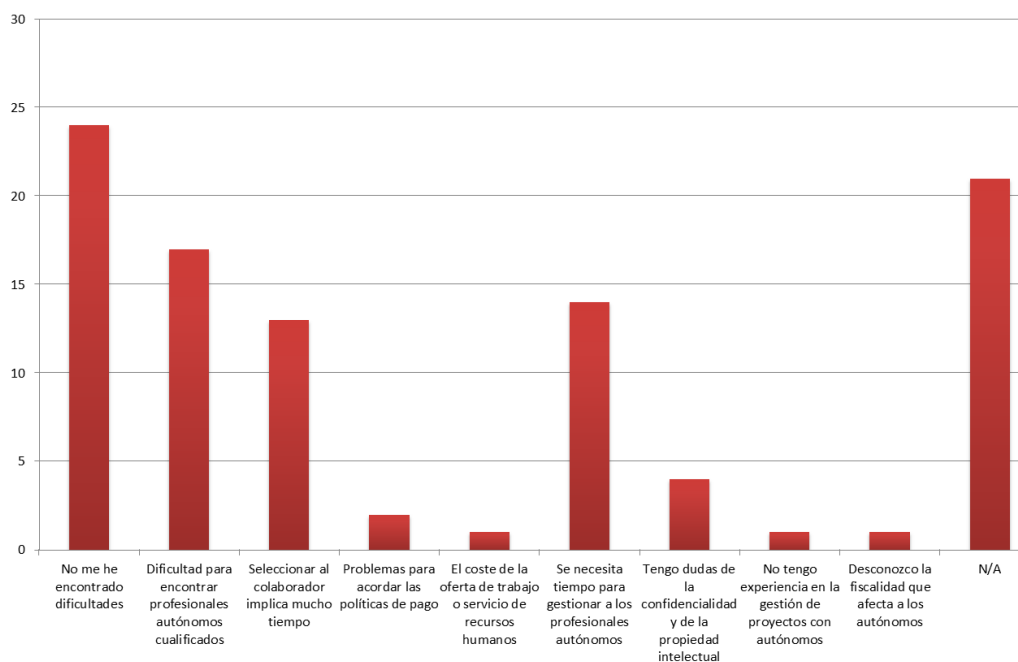


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Canales para contratar colaboradores externos

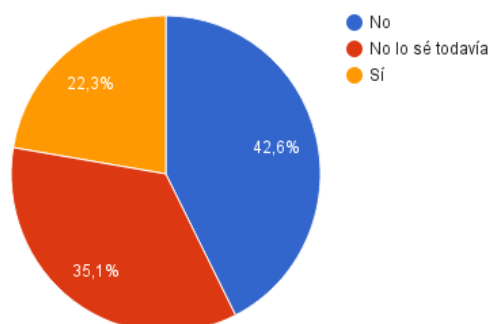


## Dificultades para contratar colaboradores externos

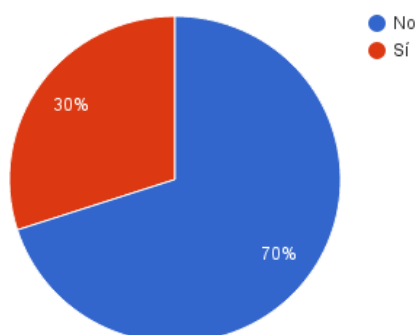


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Planes para contratar colaboradores externos

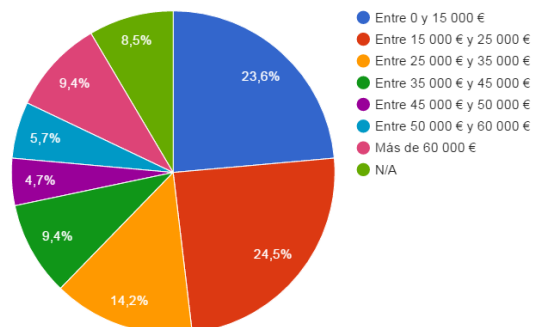


## Contratación de colaboradores externos en otros países

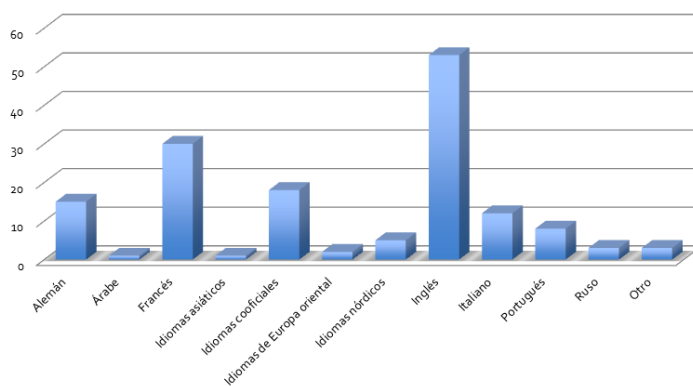


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

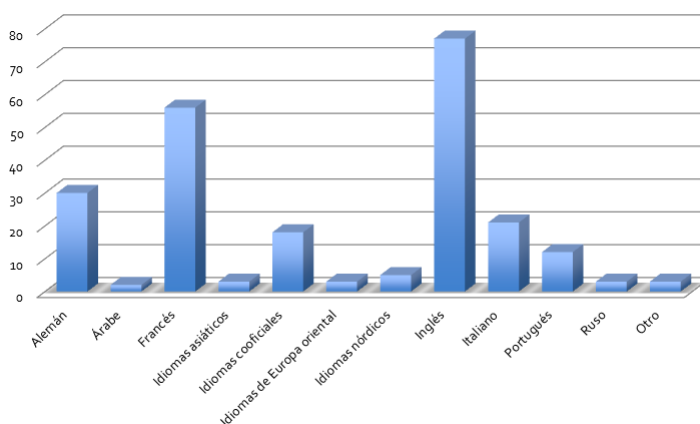
## Datos de facturación de los profesionales autónomos



## Principales combinaciones de idiomas desde el español

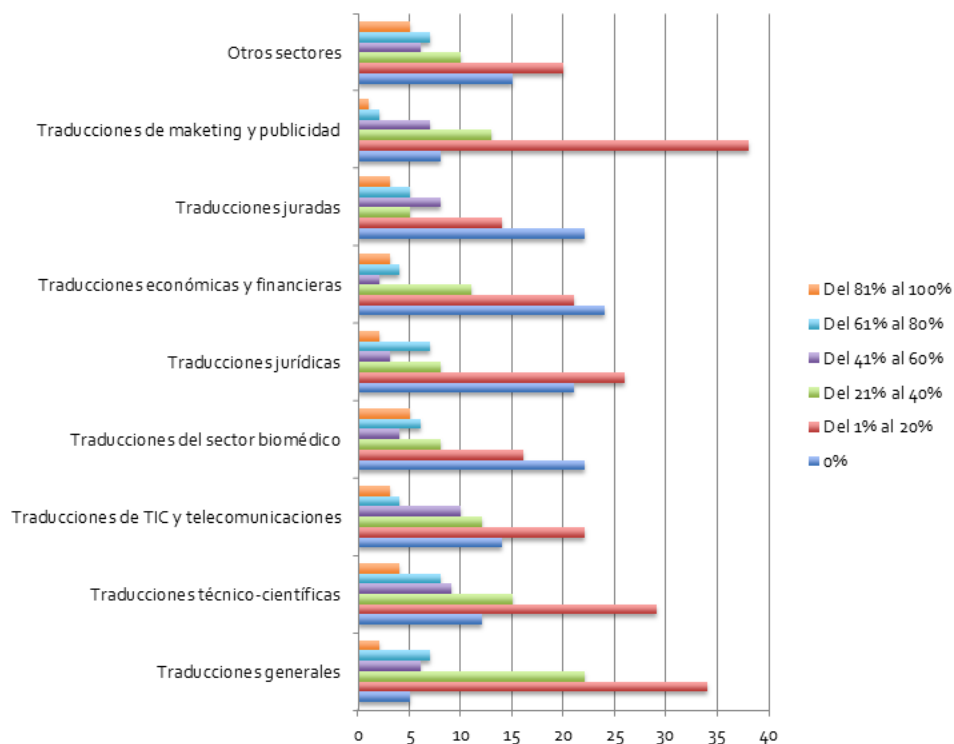


## Principales combinaciones de idiomas al español

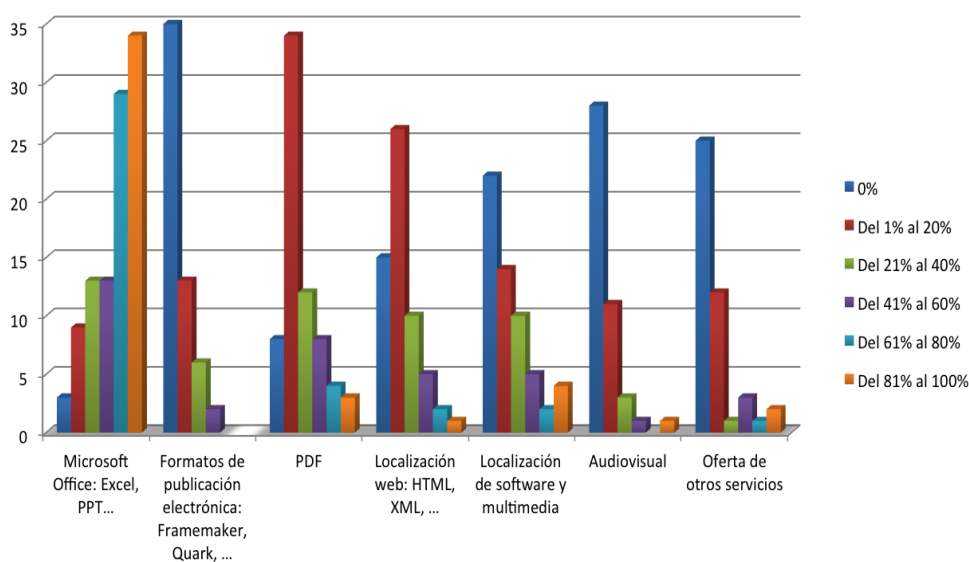


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Especialidades más demandadas según facturación

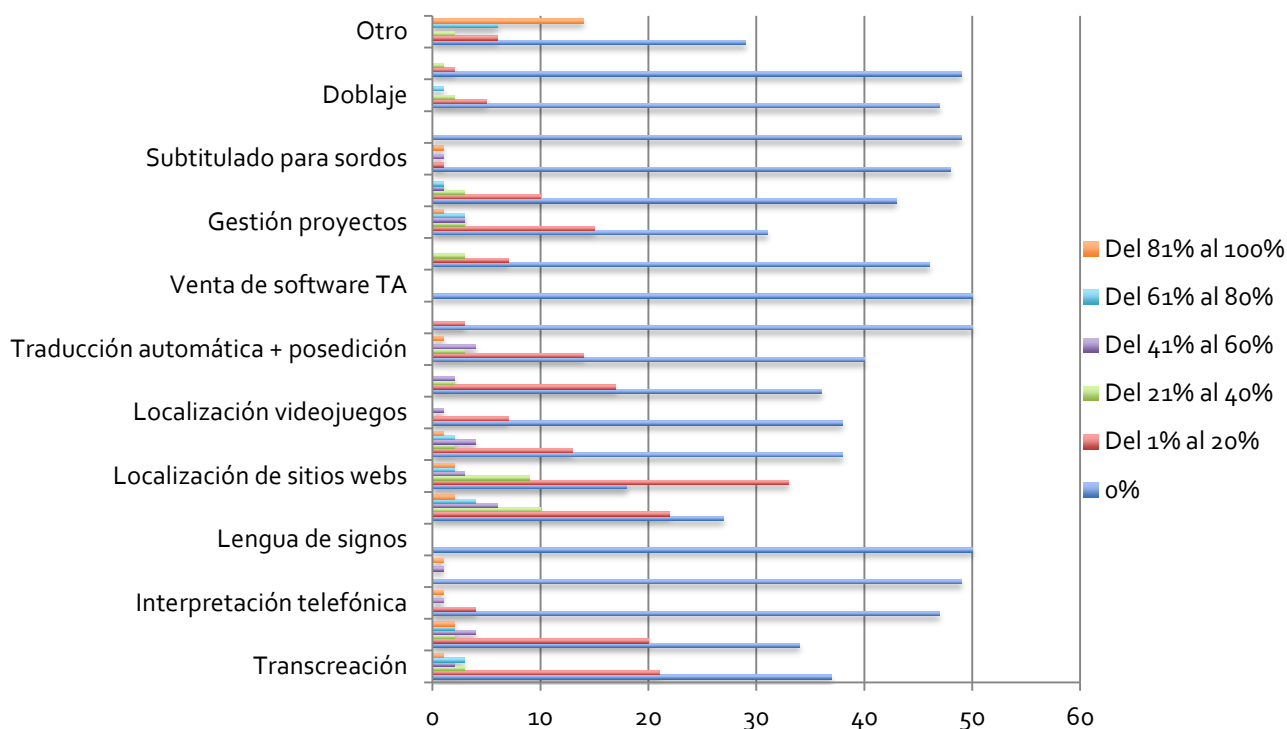


## Formatos más demandados según facturación

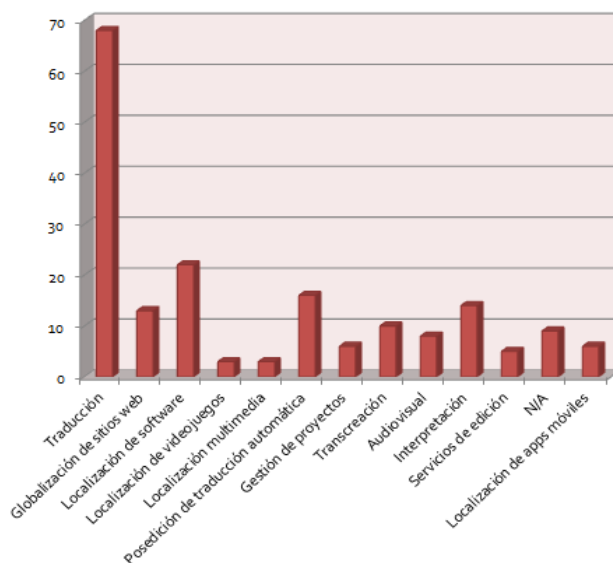


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Oferta de servicios según facturación

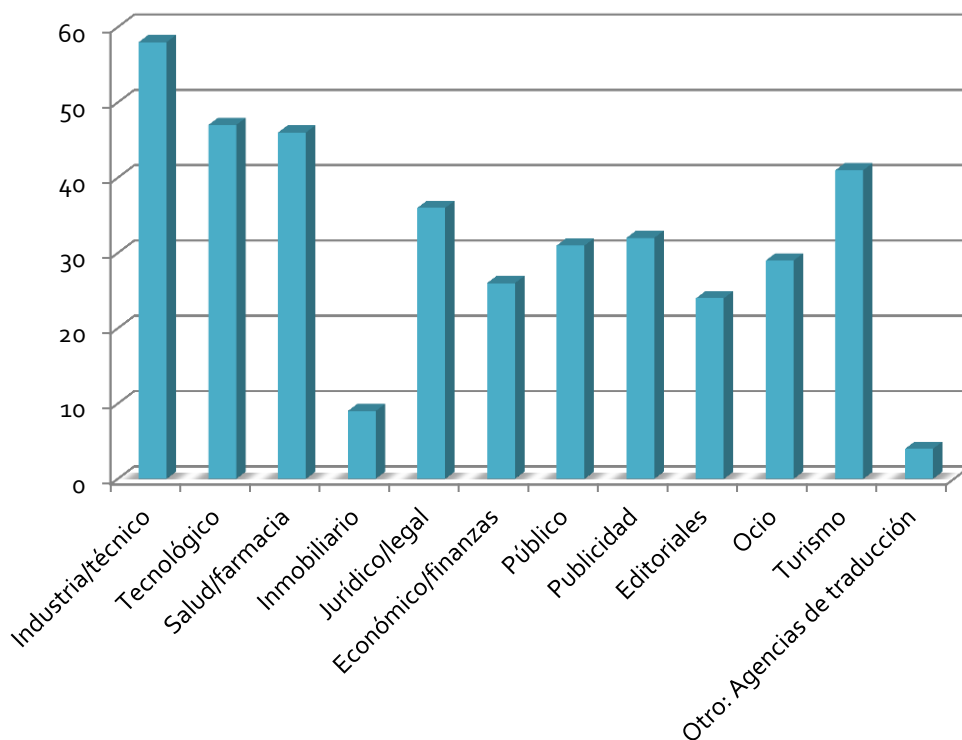


## Crecimiento de los servicios

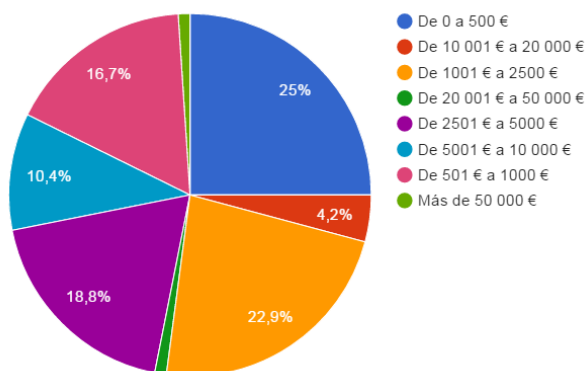


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

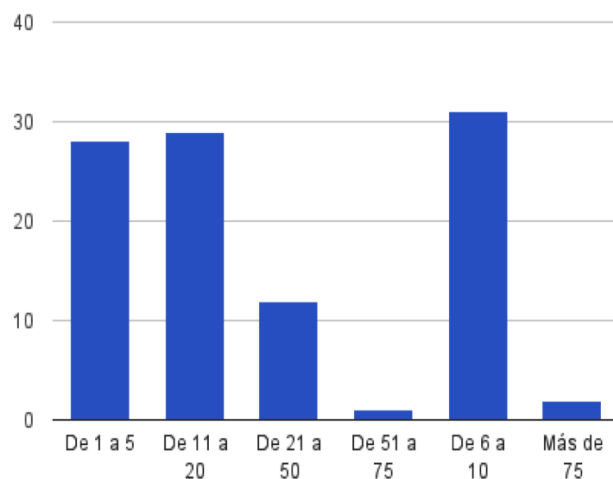
## Sector al que pertenecen los clientes



## Facturación media por cliente

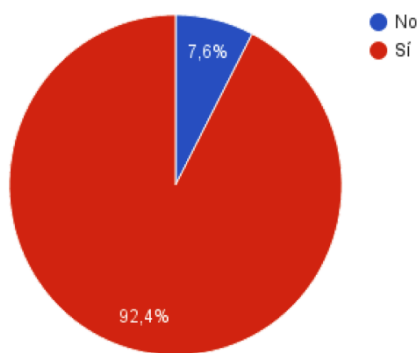


## Clientes activos

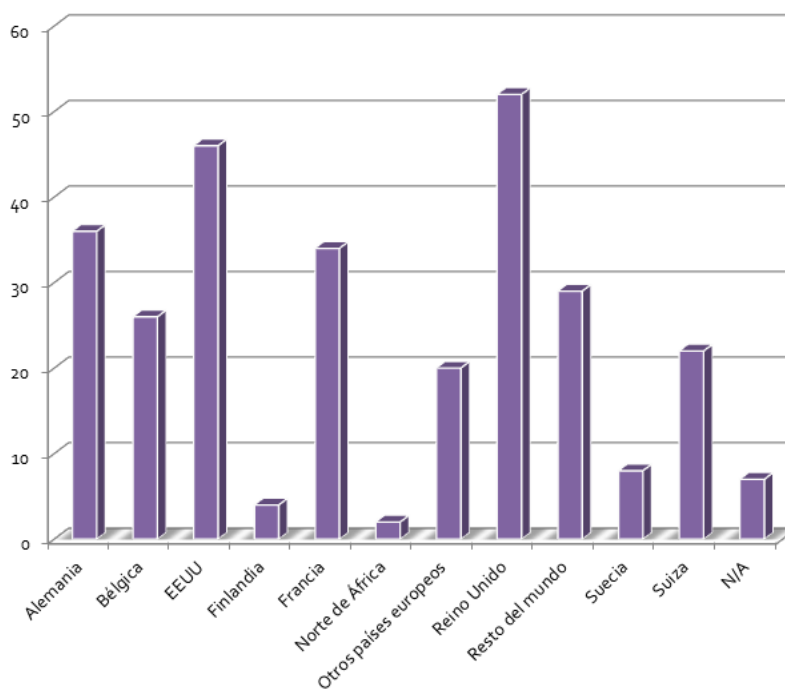


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Encargos de traducción de otros países

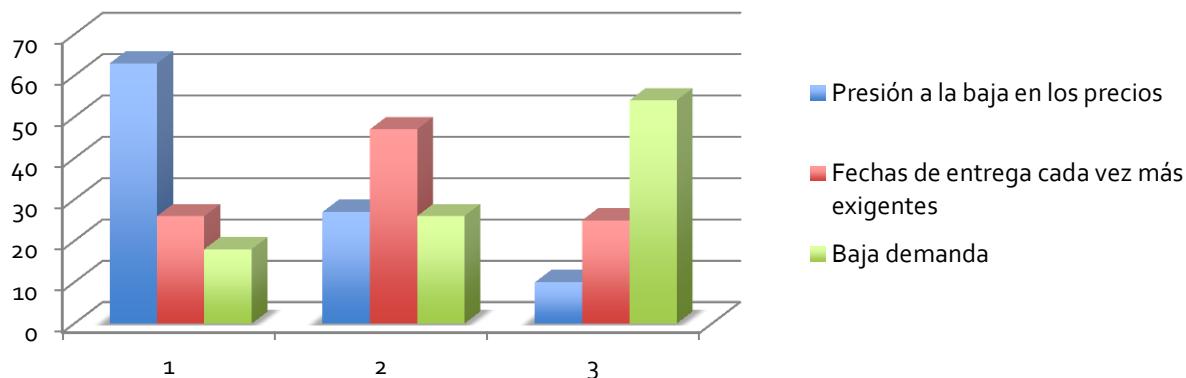


## Procedencia de los encargos de traducción de otros países

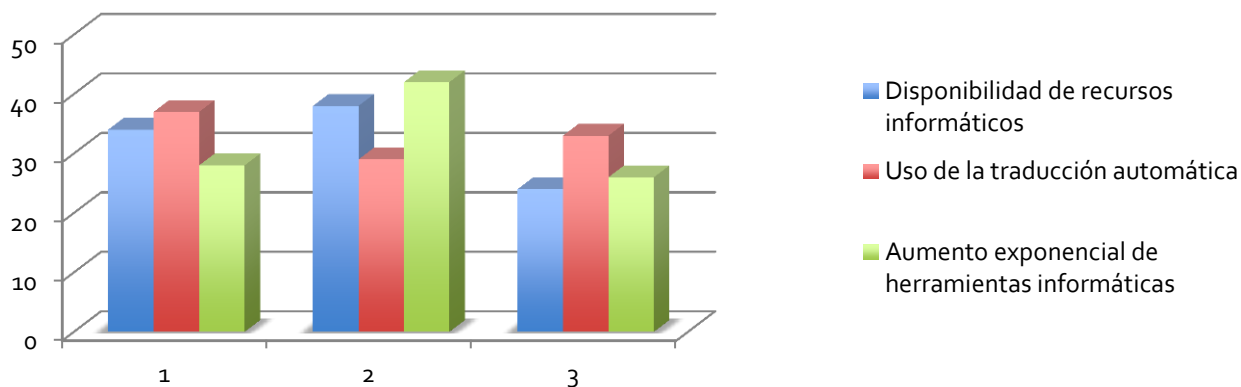


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

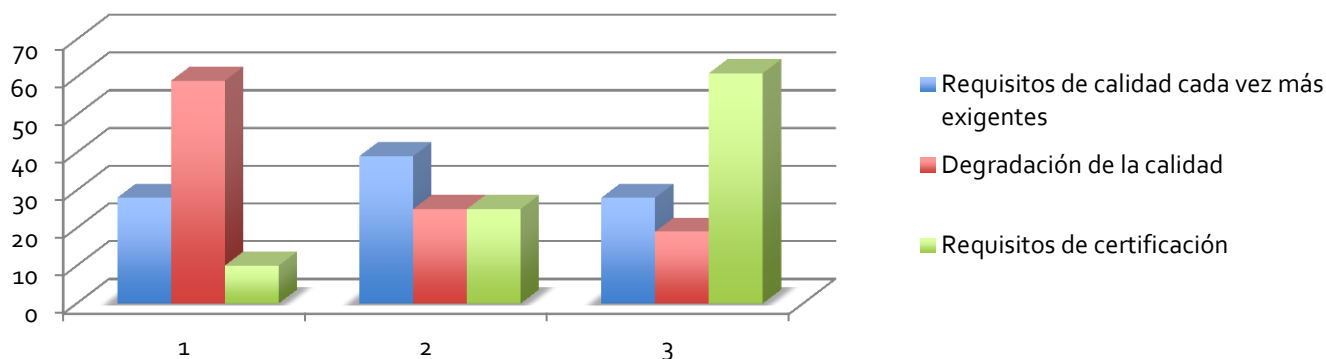
## Desafíos y tendencias



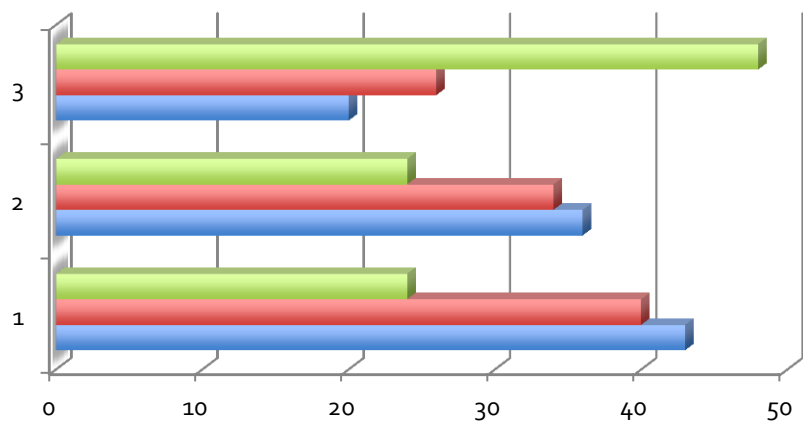
## Desafíos con respecto a la tecnología



## Desafíos con respecto la calidad

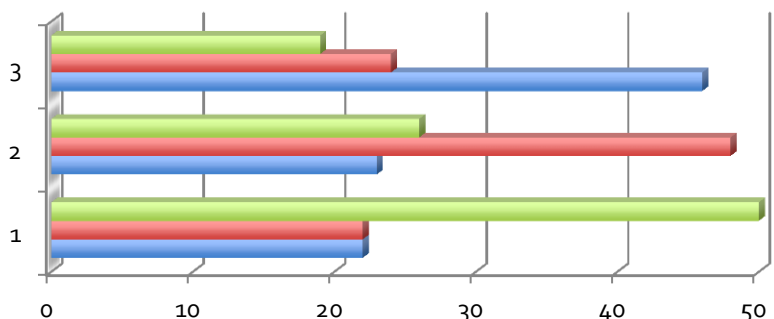


### Desafíos con respecto a la competencia



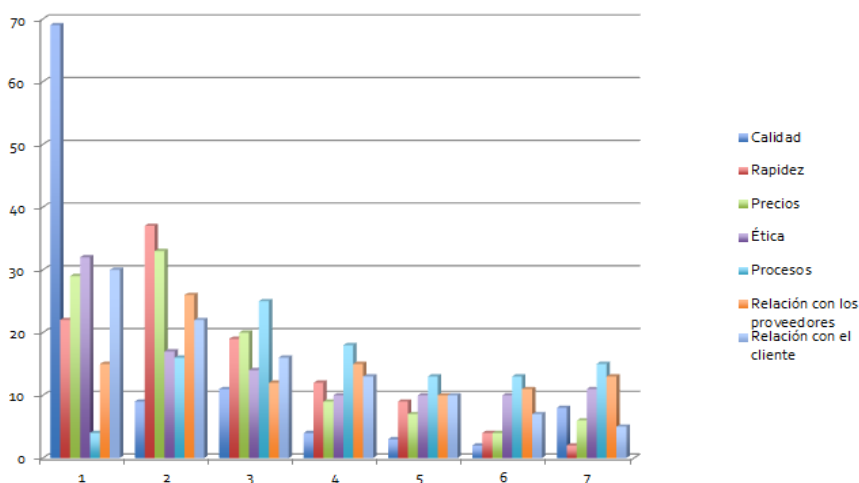
- Disponibilidad de recursos humanos
- Intrusismo profesional
- Competencia desleal

### Tendencia más importante



- Educación al cliente
- Globalización
- Aumento exponencial de formatos de traducción

### Importancia relativa de cada aspecto



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

## Fuentes consultadas

- ACT (2005): *Estudio de situación del mercado español de servicios profesionales de traducción*, Asociación de Empresas de Traducción.
- Common Sense Advisory:  
<http://www.commonsenseadvisory.com/>
- Fernández, M. y D. Orf (2008): *Radiografía del sector de la traducción en España*, ANETI, Asociación Nacional de Empresas de Traducción e Interpretación.
- Malhotra, N. K. (2008): *Investigación de mercado*, Mexico, Pearson Educación, 2008, p.7.
- Pym, A. et al. (2012): *The Status of the Translation Profession in the EU*. Disponible en:  
[http://ec.europa.eu/dgs/translation/publications/studies/translation\\_profession\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/dgs/translation/publications/studies/translation_profession_en.pdf) [consulta: 4-11-2014].



**Universidad  
Europea**

**LAUREATE** INTERNATIONAL UNIVERSITIES