



Lionbridge

GRAN NÚMERO DE PROYECTOS, PLAZOS AJUSTADOS

Traducción eficaz para el sector retail



ÍNDICE

| | |
|---|----|
| Resumen ejecutivo | 03 |
| Traducción para el sector retail ¿en qué cambia? | 04 |
| Traducción eficaz para el sector retail | 05 |
| Activos de traducción | 06 |
| Empresas del sector retail con muchos proveedores | 07 |
| Modelo de traducción de Lionbridge para el sector retail | 08 |
| Conclusión | 09 |

RESUMEN EJECUTIVO

Cuando los jefes de producto y los gestores de marketing de las empresas de retail necesitan disponer de contenido en otros idiomas, apenas encuentran tiempo para dedicar a la función de traducción.

La traducción en el sector retail suele implicar un gran número de proyectos y plazos muy cortos, y estos factores influyen negativamente en los precios y en la calidad. Es bastante difícil entregar materiales de envasado, folletos, rotulación y punto de venta en la lengua original para cientos de productos al mes, y no digamos ya entregar traducciones de calidad a tiempo y ajustadas a un presupuesto.

¿Qué otros elementos intervienen en el campo de la traducción para el sector retail? ¿Cómo consiguen las empresas de este sector encajar las necesidades de traducción en sus procesos? ¿Qué papel desempeña la tecnología en las tareas de traducción? Los gestores responsables de alcanzar un equilibrio entre calidad, plazos y costes pueden utilizar este artículo para examinar sus propios procesos de traducción y mejorarlos.

MENSAJES PRINCIPALES

- 1** | Los gestores responsables de la traducción en empresas del sector retail suelen trabajar bajo la presión constante de un gran volumen de proyectos pequeños.
- 2** | El ritmo acelerado deja poco tiempo para implantar nuevas prácticas de gestión de este volumen de proyectos, si bien dichas prácticas podrían mejorar la calidad de las traducciones que los clientes y los organismos públicos exigen.
- 3** | La combinación de procesos y tecnología puede reducir en gran medida la presión que sufre la función de traducción.



RESUMEN

La traducción en el ámbito del comercio es singular debido al elevado volumen de proyectos pequeños, los plazos reducidos, la presión de la competencia y la necesidad de confidencialidad. En algunos casos, las empresas de este sector se enfrentan, asimismo, a exigencias normativas relativas a la traducción.

Los gestores responsables de alcanzar un equilibrio entre la calidad, los plazos y los costes pueden utilizar este artículo para examinar sus propios procesos de traducción y mejorarlos.



Un fabricante con un proyecto de traducción de 500.000 USD puede dedicar el tiempo necesario para poner en marcha la traducción, pero una empresa del sector retail con 1.000 proyectos de 500 USD cada uno no puede, porque tiene muy poco plazo para cada proyecto. Los inconvenientes de un proceso deficiente parecen pequeños a nivel de proyecto individual, por lo que puede dar la impresión de que nunca alcanzan una relevancia crítica.

TRADUCCIÓN PARA EL SECTOR RETAIL

¿EN QUÉ CAMBIA?

VOLUMEN

La mayor parte de los gestores responsables de la función de traducción en empresas del sector retail andan apurados de tiempo. No solo deben atraer, informar y captar clientes con la información del producto en una pequeña ventana de oportunidad, sino que también deben encajar las tareas de traducción en un calendario muy apretado.

Ya traduzcan para mercados extranjeros o para públicos multilingües del mercado interno, las empresas del sector retail necesitan presentar diferentes tipos de material a sus clientes varias veces al año:

- Catálogos, artículos en los periódicos, vales promocionales
- Sitios de comercio electrónico
- Texto de puntos de venta, expositores en tiendas, material de promoción, rotulación
- Envases, instrucciones, material de posventa (relación con el cliente)
- Formularios e información relacionados con los empleados, material de formación

Gran parte de este material tiene una ventaja singular con respecto al de otros sectores con un gran volumen de traducción: el texto no suele variar con el tiempo y en las diferentes líneas de productos. Ese tipo de texto puede beneficiarse mucho de las tecnologías de traducción.

PRIORIDADES

Para hacer frente al gran número de proyectos, los gestores responsables de la traducción en empresas del sector retail valoran los tiempos de respuesta cortos para sus proyectos.

Como en cualquier sector muy competitivo, el precio es también una prioridad. En el caso de las empresas que tienen que sacar a traducir sus materiales por primera vez, resulta tentador centrarse solo en indicadores como el precio por palabra o el coste por hora. Sin embargo, los gestores con más experiencia saben que optar por unos precios bajos a menudo supone renunciar a la calidad y a las ventajas que aportarían la tecnología y el conocimiento experto.

Los jefes de producto y los gestores de marketing saben que es necesario considerar la traducción como un componente más del proceso normal para que el producto llegue a los consumidores. Sin embargo, la presión para superar a la competencia en precio o en plazos deja poco margen para buenos procesos que podrían ahorrar tiempo y dinero a largo plazo, como preparar los archivos de un proyecto, crear guías de estilo o revisar las traducciones antes de que salgan al mercado.

Las empresas del sector protegen celosamente su información, por eso la confidencialidad es muy importante, especialmente para aquellas que son grandes y mueven cientos de miles de pequeños proyectos a la vez. Desean tener la garantía de que la información de los productos que ofrecen, su esquema de precios (rotulación en puntos de venta y materiales promocionales), así como el alcance de sus actividades de traducción se mantienen "aislados" de los de sus competidores durante el proceso de traducción.

OBLIGACIÓN

Otra diferencia en el ámbito del comercio son las razones para traducir. En algunos países hay leyes que exigen que la información dirigida a los consumidores y los empleados esté redactada en los idiomas locales. Quebec, por ejemplo, exige a las empresas con más de 100 empleados que faciliten los materiales relacionados con el puesto de trabajo en inglés y francés. Para poder aspirar al sello CE de la Comunidad Europea los proveedores deben cumplir con los requisitos lingüísticos del país en cuestión, lo cual puede incluir la traducción. Desde un punto de vista estrictamente normativo, las empresas del sector retail necesitan traducir simplemente para poder entrar en ciertos mercados.

Sin duda, como en todos los sectores, la traducción es necesaria para obtener una ventaja comercial. Las empresas que tardan en traducir acaban perdiendo posiciones respecto a los competidores que han sabido cómo trabajar en el idioma del cliente.

CONDICIONES COMERCIALES

Las leyes de protección del consumidor de algunas regiones (p. ej., Quebec) responsabilizan a las empresas del sector retail de la exactitud de las traducciones que aparecen en sus estantes. Sin duda, las empresas del sector retail no pueden gestionar la traducción de todos los productos que venden en su tienda, ni siquiera controlarlas, pero sí que pueden imponer el modo en que sus proveedores deberán proporcionar la traducción de los envases y las instrucciones.

Esto hace que las condiciones comerciales cambien cuando los fabricantes o distribuidores deben recurrir a otro proveedor de servicios lingüísticos (algunas veces seleccionado por la empresa del sector retail) para elaborar el material dirigido al consumidor o traducir de forma diferente de un canal a otro. Naturalmente, esto puede provocar que los fabricantes apuesten aún más por los bajos precios en detrimento de la calidad.

La traducción es compatible con la experiencia omnicanal



“La influencia de los canales digitales en el funcionamiento del punto de venta ha aumentado considerablemente. La traducción de los sitios de comercio electrónico y de los canales de redes sociales puede proporcionar una experiencia de cliente más fluida y reforzar el compromiso. Actualmente, los sitios de las empresas del sector retail incluyen material en 3,9 idiomas por término medio”.

Common Sense Advisory, 2015

TRADUCCIÓN EFICAZ PARA EL SECTOR RETAIL

¿Cómo consiguen estos gestores sacar adelante un gran volumen de proyectos en un periodo reducido de tiempo y sin desatender la calidad de la traducción?

Una estrategia eficaz de traducción para el sector retail es la que combina procesos y tecnología. En general, las empresas del sector retail no mejoran su manera de plantear el proceso hasta que dedican cierto tiempo y aprenden lo necesario sobre traducción; pero la tecnología puede beneficiarles siempre, tanto si están empezando como si llevan ya tiempo traduciendo.

ACTIVOS DE TRADUCCIÓN

Las memorias de traducción, los glosarios y las guías de estilo contribuyen a garantizar unas traducciones coherentes de alta calidad en las que se reduce al mínimo el error humano y se respetan las convenciones empresariales y de marca.



Memoria de traducción (TM): software que compara un nuevo documento con traducciones anteriores almacenadas en una base de datos y reutiliza dichas traducciones para realizar la traducción del nuevo documento. Por ejemplo, si la versión 1 del catálogo se tradujo el mes pasado y más tarde en la versión 2 de este mes se ha modificado el 25 % del catálogo, la herramienta TM reutilizará las partes ya traducidas de la versión 1 y ayudará al traductor con la actualización del 25 %. Las memorias de traducción ayudan a los traductores a trabajar más deprisa y evitan la repetición costosa e innecesaria de traducciones.



Glosario: lista de términos importantes y previamente definidos tanto en el idioma de origen como en los de destino, para garantizar que los traductores los usan de forma coherente. El glosario, o lista terminológica, es especialmente útil para términos propios del sector, como “artículos para el hogar”, “garantía de devolución del dinero” u “oferta especial de temporada”. Gracias a los glosarios, los traductores se ahorran el tiempo de búsqueda de terminología y las empresas se aseguran la coherencia de todos sus materiales traducidos.



Guía de estilo: documento en el que se concretan matices lingüísticos y preferencias del cliente que los traductores deben respetar. Las guías de estilo suelen incluir la traducción preferida de los nombres de los departamentos y las denominaciones de los cargos, convenciones para la conversión de medidas y grado de formalidad, por ejemplo, el uso del tú o del usted en español o de la forma verbal en japonés.

PROCESO

En una venta comercial, la adecuación al lugar es importante. Un folleto traducido en español de México podría no satisfacer las necesidades de los consumidores en España. Los taiwaneses pueden entender los envases adaptados al mercado de China, pero se dan cuenta inmediatamente de que no van dirigidos a ellos. Al definir un mercado de destino e investigar sus necesidades, los gestores de la traducción en el ámbito del comercio pueden aportar mucho más que textos traducidos, pueden ayudar a desarrollar competencias comerciales globales e interculturales.

Pueden, además, contribuir a integrar la traducción en su forma de hacer negocios e incorporar esas necesidades de los clientes al material de comercialización. Las empresas que adoptan este planteamiento saben, por ejemplo, que deben dejar espacio en los envases y el material promocional para la inevitable expansión del texto traducido. Una vez que resultan evidentes los posibles beneficios de presentar los productos en otros idiomas, los equipos del producto añaden tiempo en sus calendarios de desarrollo para que la traducción no se haga de forma precipitada a última hora.

Las empresas del sector retail inteligentes, asimismo, dotan esa función del personal necesario. Crean un equipo pequeño dedicado a la traducción que imponga una terminología coherente, ayude a los fabricantes a preparar sus productos para la venta y gestione la transferencia de archivos entre idiomas.

TECNOLOGÍA

La tecnología de traducción, como herramienta esencial para reducir costes y mantener la calidad, ha evolucionado en varios aspectos:

- Entrega y devolución de archivos centralizadas
- Comunicación del proyecto entre traductores, empresas del sector retail y fabricantes/distribuidores
- Confidencialidad de los activos
- Elaboración de presupuestos
- Exactitud y coherencia entre proyectos

La automatización es un complemento del componente humano de la traducción que permite abordar cuestiones de volumen, calidad y procesos sin añadir presión a una función muy centrada en las personas. A medida que las empresas del sector retail avanzan en el proceso de expansión de la traducción, las herramientas y ventajas de la automatización se vuelven más atractivas.





FASES DE EXPANSIÓN DE LA TRADUCCIÓN

En su forma de combinar procesos y tecnología, la mayor parte de las empresas del sector retail pasan por tres etapas diferentes en su estrategia de traducción:

Inicial. Estas compañías se enfrentan a nuevas oportunidades o nuevas necesidades de traducir y las abordan de forma aislada, sobre la marcha. Es muy raro que centralicen la función y no son conscientes de los beneficios de automatizarla. Aunque trabajen con varios proveedores de servicios lingüísticos en varias líneas de productos y con distintos fabricantes, la traducción sigue siendo algo en lo que piensan a última hora.

Intermedia. Cuando los problemas de volumen o calidad acaban por ser críticos, las empresas del sector retail asumen el control e imponen unas directrices, establecen criterios de selección de traductores e incluso a veces exigen que sus equipos internos y los fabricantes externos trabajen con un determinado proveedor de servicios lingüísticos. Las organizaciones grandes crean un equipo de traducción responsable del estado, calidad, entrega y presupuesto de cada proyecto.

Avanzada. Para centralizar y gestionar el flujo de proyectos, estas empresas automatizan todo lo posible, incluso gestionan las bases de datos de sus memorias de traducción y otros activos. Además, los posibles beneficios animan a la empresa a analizar e incorporar las necesidades de los consumidores objetivo, y luego a personalizar productos o marcas enteras para ellos.

EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL CON MUCHOS PROVEEDORES

La combinación de Freeway con la experiencia de Lionbridge puede ayudar a las empresas del sector retail a automatizar y canalizar las tareas de traducción de un gran número de distribuidores y fabricantes.

VENTAJAS PARA LAS EMPRESAS DEL SECTOR RETAIL:

- Facilidad de gestión, al haber un solo proveedor de servicios lingüísticos
- Traducciones de mayor calidad gracias al uso de memorias de traducción comunes. Todos los fabricantes utilizan la misma traducción para "rompecabezas", "acondicionador hidratante", "parachoques", "peluche", etc.
- Visión global de las actividades de todos los proveedores en Freeway

VENTAJAS PARA LOS DISTRIBUIDORES Y FABRICANTES:

- Uso de Freeway para transferencias de archivos, comprobación de estado, situación, seguimiento
- Un solo punto de colaboración con Lionbridge y la empresa del sector retail



MODELO DE TRADUCCIÓN DE LIONBRIDGE PARA EL SECTOR RETAIL

Lionbridge soluciona las necesidades tecnológicas y de procesos a las que se enfrentan los gestores encargados de las traducciones en el ámbito del comercio, cualquiera que sea la fase de expansión de la traducción en que se encuentren.

En primer lugar, Lionbridge cuenta con un equipo experimentado de jefes de proyecto, traductores, lingüistas, redactores, editores, diseñadores y profesionales del control de calidad. Gracias a nuestra experiencia en el sector, ayudamos a las empresas del sector retail a crear glosarios, integrar la función de traducción y, cuando es necesario, dar apoyo a un gran número de proveedores en cientos de líneas de productos.

Además, Lionbridge entiende el alcance mundial porque es una empresa global. Con oficinas en 27 países, ajustamos nuestros servicios para satisfacer las necesidades de un negocio de comercio mundial y para ofrecer el equilibrio adecuado de control entre la sede central y los socios locales.

Por último, en el centro del modelo se encuentra la tecnología, para simplificar el proceso de traducción de las empresas del sector retail. Freeway, una plataforma basada en la nube para automatización de la traducción, ofrece acceso en tiempo real a los datos económicos y de seguimiento de los proyectos a través de un único canal de comunicación que utilizan todas las partes implicadas.

Los clientes de Lionbridge disfrutan de acceso completo a la plataforma Freeway, lo que incluye:

Conectividad de servicios Web. Freeway utiliza integraciones de sistemas fuente (PIM, CAD, CMS, MA, DAM, etc.) para permitir flujos de traducción sin interrupciones. Este enfoque elimina los procesos manuales y reduce los plazos de respuesta y los costes.

Portal. Freeway centraliza todas las actividades del proyecto en un solo portal. Los gestores de traducción lo utilizan para iniciar proyectos a partir de cualquier tipo de archivo, aprobar presupuestos y programar entregas. La interfaz de usuario de Freeway está disponible en 7 idiomas y así quienes colaboran en los proyectos de traducción desde cualquier lugar del mundo pueden interactuar y obtener información en el idioma de su elección.

Comunicación y elaboración de informes. Los gestores utilizan Freeway para intercambiar mensajes y colaborar con los jefes de proyecto de Lionbridge y los traductores que trabajan con sus archivos. De ese modo se concentra toda la comunicación relativa al proyecto en la plataforma, lo que garantiza la continuidad y un acceso global controlado. Freeway también ofrece la posibilidad de elaborar informes básicos y personalizados por proyecto, idioma, ámbito regional o global.

Gestión de activos. Freeway almacena y gestiona en línea los activos lingüísticos (base de datos de TM, glosarios, guías de estilo, archivos traducidos anteriormente), lo que incrementa enormemente la eficiencia y reduce los tiempos de comercialización. Los archivos se encuentran en servidores seguros y se mueven dentro del flujo de traducción de forma automática, lo que elimina la necesidad de adjuntar archivos en correos electrónicos y reduce el margen de errores humanos en la transferencia.

Área de trabajo de revisión. Mediante un entorno vivo conectado a las TM y los glosarios, Freeway está preparado para las áreas de colaboración que más afectan a la calidad y la eficiencia de las traducciones. Si todo el equipo del proyecto puede revisar en línea los trabajos en curso, se aumenta la coherencia del contenido traducido y se acorta el proceso de revisión.

CONCLUSIÓN

La traducción para el sector retail se caracteriza por un gran volumen de proyectos pequeños, plazos de entrega muy ajustados, presión competitiva y necesidad de confidencialidad. En algunos casos, las empresas del sector retail también se enfrentan a la obligación legal de traducir. El resultado es que muchas empresas de este sector tienen dificultades para integrar la traducción como una función más del negocio.

Lionbridge ofrece a las empresas del sector retail procesos, experiencia y las ventajas de la tecnología para:

- Gestionar un gran número de proyectos de traducción
- Reducir los plazos de respuesta al mínimo
- Mantener la coherencia y la calidad de los materiales traducidos
- Gestionar los flujos de traducción de un gran número de distribuidores y fabricantes por cada empresa del sector

Visítenos en lionbridge.com.

ACERCA DE LIONBRIDGE

Lionbridge ayuda a más de 800 marcas líderes mundiales a aumentar su cuota de mercado internacional, acelerar la adopción de productos e interactuar de manera eficaz con los clientes en los mercados locales de todo el mundo. Por medio de nuestras innovadoras plataformas de tecnología en la nube y nuestro equipo global de más de 100.000 profesionales que trabajan en ella, proporcionamos soluciones de traducción, marketing online, gestión de contenido global y testing de aplicaciones que garantizan la coherencia global de marca, relevancia local y usabilidad técnica en todos los puntos de contacto con el cliente durante cada etapa del ciclo comercial. Lionbridge, con sede en Waltham, Massachusetts (EE. UU.), dispone de centros de soluciones en 28 países.





MÁS INFORMACIÓN EN LIONBRIDGE.COM

Lionbridge