

La formación de traductores e intérpretes en el ámbito del comercio exterior y la mediación lingüística

Training translators and interpreters in the field of international trade and linguistic mediation

Autoría

CRISTINA RODRÍGUEZ-FANECA
Universidad de Córdoba, UCO, España
cristina.rodriguez@uco.es
<https://orcid.org/0000-0002-0940-666X>

CONCEPCIÓN MARTÍN MARTÍN-MORA
Universidad Pablo de Olavide, UPO, España
cmarmar@upo.es
<https://orcid.org/0000-0003-3020-0225>

Resumen

En un contexto de globalización internacional, en el cual gran parte de las empresas llevan a cabo actividades comerciales más allá de las fronteras nacionales, resulta esencial la mediación de un especialista que establezca puentes entre países y, por ende, entre culturas. Por las características de su formación y sus conocimientos en materia de interculturalidad y de traducción especializada, tanto traductores como intérpretes se erigen, potencialmente, como una figura clave en el marco de la negociación internacional. Sin embargo, la mayoría de los planes de estudio del Grado en Traducción e Interpretación no contemplan asignaturas destinadas a la formación específica de estos profesionales, por lo que esta especialización posee una tendencia natural a plantearse una vez el discente ha culminado dichos estudios. Por otro lado, las instituciones especializadas en formación en comercio exterior únicamente abordan aspectos puramente económicos y de marketing, y toman en consideración la formación en mediación intercultural. A partir de un análisis de las necesidades formativas para este perfil profesional y de la oferta existente al respecto en los distintos grados en Traducción e Interpretación de las universidades españolas, en el presente trabajo presentamos una propuesta formativa para traductores e intérpretes dentro del ámbito del comercio exterior y la mediación lingüística. Nuestra propuesta consiste en un módulo de aprendizaje compuesto por seis bloques temáticos que tratan aspectos relativos a la internacionalización, el marketing o el derecho y se plantea, de manera abstracta, como asignatura o como módulo de contenido que podría insertarse en otra asignatura o, incluso, en un curso de posgrado. De este modo, se podrían eliminar bloques de contenido o reducir algunas de las actividades planteadas.

Palabras clave:

comercio exterior; traducción e interpretación; comunicación intercultural; mediación lingüística; formación en traducción e interpretación.

Para citar este artículo:

Rodríguez-Faneca, C.; Martín Martín-Mora, C. (2024). La formación de traductores e intérpretes en el ámbito del comercio exterior y la mediación lingüística, *ELUA*, 42, 193-212.
<https://doi.org/10.14198/ELUA.26898>

Recibido: 29/01/24
Aceptado: 14/03/24

© 2024 Cristina Rodríguez-Faneca
Concepción Martín Martín-Mora



Licencia: Este trabajo se comparte bajo la licencia de Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional de Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Abstract

In an increasingly interconnected global landscape, in which a number of companies carry out business activities beyond their national borders, the role of specialists in mediation who build bridges between countries and, therefore, between cultures, has become essential. Due to the features of their training and their knowledge of intercultural communication and specialised translation, both translators and interpreters are potentially a key figure in international negotiations, bridging linguistic and cultural gaps to facilitate effective dialogue and collaboration. However, despite the critical importance of their role, most of syllabuses for the Degree in Translation and Interpreting do not include any subject aimed at the specific training of these professionals. As a result, this specialisation has a natural tendency to be considered once the student has finished his or her studies. On the other hand, institutions specialising in foreign trade training only deal with purely economic and marketing aspects and do not take into account training in intercultural mediation. Based on an analysis conducted to assess the training needs for this professional profile and to evaluate the existing offer in this field in the different degrees in Translation and Interpreting at Spanish universities, in this paper we present a training proposal tailored specifically for translators and interpreters specializing in the field of foreign trade and linguistic mediation. Our proposal consists of a learning module made up of six distinct thematic blocks that deal with aspects related to internationalisation strategies, marketing principles or legal consideration. This module is conceived, in an abstract way, as an independent subject or as an adaptable content module that could be integrated into an existing subject or be adapted to use in a postgraduate course. This flexible approach provides the opportunity for customization, so that blocks of content can be eliminated or some of the proposed activities can be reduced.

Keywords:

foreign trade; translation and interpreting; intercultural communication; linguistic mediation; translation and interpreting training.

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

En un paradigma globalizado donde las empresas interactúan a nivel transnacional, es esencial que los futuros traductores e intérpretes comprendan la imbricada relación entre el comercio exterior y la mediación lingüística y conozcan los distintos mecanismos de transacción a nivel internacional. En dicho contexto, la figura de dicho traductor e intérprete¹ —siempre en calidad de mediador— se erige como una pieza necesaria para superar no sólo las barreras lingüísticas —materializadas tanto en documentación (contractual, jurídica, etc.) como en el propio proceso de negociación— sino también las culturales, interactuando en pos de la resolución de conflictos y fomentando la fluidez de las relaciones comerciales a través de la comunicación.

Ambas prácticas, traducción e interpretación, se tornan factores que influyen

sobre la comunicación durante el proceso de internacionalización de empresas (Cervíño Fernández *et al.*, 2023, pp. 386-387), y contribuyen, por tanto, al desarrollo de los distintos sectores industriales. Hemos de advertir, sin embargo, que debido a la escasa formación específica existente a nivel de grado (*vid.* apartado 2.3, «La formación sobre comercio exterior y mediación lingüística dentro del Grado de Traducción e Interpretación»), se trata de una salida profesional y una especialización que posee una tendencia natural a plantearse una vez el discente ha culminado dichos estudios. En palabras de Morón Martín y Medina Reguera (2016, p. 246), conviene plantearse «hasta qué punto la configuración de los títulos de Grado y la propia docencia de la TeI a este nivel permite una formación orientada [al comercio exterior]». Álvarez-García (2015) destaca especialmente la carencia de conocimientos temáticos como una dificultad para el traductor e intérprete que desea acceder al mercado laboral del comercio exterior. Para esta autora, estos profesionales, si bien cuentan con los conocimientos necesarios para resolver problemas de índole intercultural

¹ Durante la presente investigación haremos referencia de manera indistinta a ambas figuras englobándolas en la figura del traductor.

y poseen habilidades de expresión lingüística, carecen de los conocimientos relacionados con el comercio exterior que sí se contemplan en otras titulaciones de carácter más técnico.

Por todo lo anterior, el objetivo del presente trabajo es el de plantear una propuesta formativa para traductores e intérpretes dentro del ámbito del comercio exterior y la mediación lingüística que les capacite para desarrollar esta labor sin necesidad de realizar una formación específica adicional, es decir, en el contexto del grado universitario. Para ello, se han establecido dos objetivos secundarios. El primero de estos objetivos secundarios se articula en torno al perfil del traductor especializado en el ámbito del comercio exterior y consiste en delimitar las competencias y los conocimientos que este debe poseer para el ejercicio de sus funciones. Para ello, partiremos de una serie de fuentes documentales, tanto especializadas en comercio exterior como en el ámbito de la traducción, que nos permitirán determinar el contenido en torno al que debería articularse el plan formativo deseado.

El segundo objetivo secundario, derivado directamente del anterior, consiste en realizar un diagnóstico de la oferta actual de formación en materia de comercio exterior en los planes de estudio de los Grados de Traducción e Interpretación que se imparten en las universidades españolas. De este modo, podremos determinar si el contenido de la formación actual es adecuado para que el graduado en Traducción e Interpretación pueda acceder al mercado laboral del comercio exterior con los conocimientos que adquiere en el grado o si, por el contrario, es necesario reforzar determinadas competencias.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La multiplicidad de perfiles profesionales en el mercado profesional de la traducción e interpretación

La razón de ser de la actividad del traductor y del intérprete y la propia poliedricidad de la competencia traductora (CT) (PACTE, 2003) conlleva una posible multiplicidad de perfiles profesionales —y, por ende, de salidas

profesionales— para ambas figuras. Así, el mercado de la traducción es multifacético en tanto que los conocimientos del traductor también lo son, ya que se componen de saberes asociados a las subcompetencias bilingüe, extralingüística, instrumental, estratégica y de «conocimientos de traducción» (Hurtado Albir, Kuznik y Rodríguez-Inés, 2022, pp. 27-28). De este modo, en el propio *Libro Blanco* de la titulación (ANECA, 2004, p. 31) se hace referencia a los distintos perfiles profesionales que puede asumir el traductor:

Las salidas profesionales se articulan en dos niveles: en el primero, la actividad profesional se inscribe en el campo de las relaciones internacionales (institucionales y empresariales), la mediación interpersonal multilingüe, la gestión de la información multilingüe, la redacción y revisión de textos y correspondencia en la lengua propia y un par de lenguas extranjeras y de cualquier otra tarea de asistencia lingüística que implique el uso de al menos una lengua extranjera (turismo, por ejemplo), de donde destacan la traducción general y la interpretación de enlace. El segundo nivel da lugar a especialistas y entre ellos son mayoritarios los siguientes perfiles: traducción especializada (especialmente, jurídica, técnica, audiovisual, literaria y localización), terminología e interpretación de conferencias.

A partir de las propuestas de Calvo (2006) y de lo estipulado en el *Libro Blanco* (ANECA, 2004), Morón Martín (2011, s. p.) también sintetiza los distintos perfiles profesionales que el egresado en Traducción e Interpretación (en adelante, TeI) está capacitado para asumir:

- Traducción: como autónomo, en agencia, en organismos internacionales, empresarios.
- Comercio exterior: técnicos de comercio exterior, asistentes de *import/export*.
- Trabajos administrativos: «secretaría bilingüe», asesoría y gestión de programas académicos de intercambio.
- Trabajo en cooperación internacional, cooperación para el desarrollo: responsable de proyectos.



- Trabajo en economía y finanzas: banca internacional.
- Turismo: organización de eventos, gestión hotelera, información turística, asistentes de vuelo, guías turísticos, asistentes en centros de llamadas.
- Docencia de Lenguas: normalmente a nivel de secundaria, en academias o en universidad.
- Docencia de Traducción/Interpretación.
- Docencia de otras materias.
- Interpretación: de conferencias.
- Revisión, edición, terminología.

Esta multiplicidad de perfiles está relacionada con la importancia que las competencias transversales han adquirido dentro de los grados universitarios, ya que han contribuido a generar perfiles claramente interdisciplinares, en especial en la última década (Díaz-Millón y Gutiérrez-Artacho, 2020). Calvo (2006) también hace alusión a los «perfiles híbridos» resultado de dicha formación.

Precisamente como consecuencia de la diversidad de perfiles que el traductor puede asumir —ya que su formación está sostenida por dichas competencias—, la importancia de conocer en profundidad el mercado de trabajo ha sido señalada por varios autores (Borja y Hurtado Albir, 1999; Rodríguez Martínez, 2016; Cifuentes, 2017), y forma parte, además, del contenido aportado en distintas asignaturas que buscan introducir al estudiantado en las distintas características y prácticas habituales del mercado profesional de la traducción y la interpretación (Rodríguez-Faneca y Martín Martín-Mora, s. f.). De hecho, Cifuentes (2017) —a través de una encuesta dirigida a docentes, egresados y empleadores— sitúa el conocimiento del mercado como una de las diez competencias fundamentales para la empleabilidad.

2.2. La formación sobre comercio exterior y mediación lingüística dentro del Grado de Traducción e Interpretación

La implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la aparición de las competencias —«[...] destrezas, capacidades, y/o habilidades para resolver situaciones

reales problemáticas que se dan en un determinado contexto, a través de la puesta en práctica integral e interrelacionada de los conocimientos, procedimientos y actitudes» (Castañeda Fernández, 2016, p. 137)— como paradigma docente impulsó, hace más de una década, el interés de las universidades por incorporar dentro de sus planes de estudios asignaturas orientadas de un modo más claro al mercado profesional.

Si bien el comercio internacional se erige como una orientación profesional natural para traductores e intérpretes —debido a la necesidad de las empresas con vocación internacional de comunicarse con clientes y proveedores de diferentes partes del mundo de manera efectiva—, todavía son pocas las universidades que ofrecen asignaturas centradas en el comercio exterior y en la mediación lingüística en el seno del Grado de Traducción e Interpretación. A pesar de que en el contexto educativo actual se pretende apostar por la cualificación y no por lo que cada titulación indica que cada egresado sabe o conoce (Morón Martín, 2012), consideramos importante su inclusión a nivel de grado, especialmente porque, de lo contrario —como hemos argumentado previamente— el titulado no tiende a plantearse esta salida profesional hasta que culmina sus estudios.

Entre aquellos centros que sí ofrecen estos estudios encontramos, en primer lugar, un grupo de universidades donde se ofrece formación directamente ligada a este sector: así, en la Universidad Alfonso X El Sabio (UAX) se oferta la asignatura «Comercio Exterior y relaciones internacionales», una optativa de 6 créditos ECTS, mientras que dentro de la oferta curricular de la Universidad Jaume I (UJI) se encuentra la asignatura «Traducción Jurídica y Económica B-A1 para el Comercio Exterior», una materia optativa de 4.º curso con una carga lectiva de 4,5 ECTS. La Universidad San Jorge (USJ), por su parte, ofrece un módulo optativo «Comercio Exterior» formado por tres asignaturas de 6 créditos ECTS cada una: «Traducción Económica y Jurídica B-A (Inglés-Español)», «International Trade and Logistics» y «Management and Organisation of Multinational Companies».

Acercándonos al ámbito de la interpretación, hemos de mencionar la oferta

de la Universidad de Granada (UGR) donde las asignaturas «Introducción a la Interpretación en el Comercio y el Turismo B» e «Introducción a la Interpretación en el Comercio y el Turismo C» —ambas optativas de 6 créditos ECTS impartidas en el tercer curso— pueden cursarse tanto en las cuatro lenguas B —árabe, alemán, inglés y francés— y en cinco de las lenguas C —árabe, alemán, francés, inglés y portugués— que oferta el grado.

A propósito de las asignaturas relacionadas con la mediación lingüística y cultural que se ofertan en las distintas universidades que ofrecen el Grado de Traducción e Interpretación en España, podemos observar que se trata de una oferta significativamente mayor que en el grupo anterior de asignaturas. En la tabla 1 se muestra dicho compendio de asignaturas, explicitando su carácter, número de créditos ECTS y el curso donde se imparte cada materia.

Del análisis de los datos expuestos en la tabla observamos, en primer lugar, una clara distinción entre tres grupos de asignaturas: aquellas destinadas al comercio exterior y a la traducción de textos pertenecientes a este ámbito, las vinculadas con la interpretación (únicamente presentes en la UGR) y, finalmente,

las destinadas a la mediación cultural. Asimismo, comprobamos que las asignaturas vinculadas con la mediación lingüística pueden englobarse, a su vez, dentro de dos grupos: aquellas que abordan esta cuestión desde la disciplina de la interpretación y aquellas que no hacen distinción alguna en relación con este particular. Se observa, no obstante, una clara tendencia a la optatividad en todas las asignaturas de este grupo; y, precisamente como reflejo de este aspecto, todas las asignaturas se encuentran ubicadas en los dos últimos cursos de la titulación. Hemos de indicar, asimismo, que estas asignaturas se presentan por separado en las diferentes universidades; dicho de otro modo, las universidades que cuentan con materias vinculadas con asignaturas de traducción en el ámbito del comercio exterior no poseen ninguna relacionada con la interpretación en estos contextos o con la mediación lingüística y cultural, y lo mismo sucede en el caso de las asignaturas pertenecientes a los otros dos grupos. La única excepción la encontramos en el caso de la UJI, que ofrece las asignaturas de «Traducción Jurídica y Económica B-A1 para el Comercio Exterior» y «Mediación Intercultural e Interpretación A1-B/B-A1 en los Servicios Públicos».

Tabla 1. Oferta de asignaturas relacionadas con la mediación lingüística y cultural.

Centro	Asignatura	Carácter	Curso/ECTS
Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)	Fundamentos para la Mediación Cultural en Traducción e Interpretación B	OB	3.º/6 ECTS
	Fundamentos para la Mediación Cultural en Traducción e Interpretación [A, C y D]	OP	4.º/6 ECTS
Universidad Complutense de Madrid (UCM)	Mediación Lingüística para la Accesibilidad	OP	3.º/6 ECTS
Universidad Pontificia Comillas (UPC)	Interpretación II: Técnicas de mediación intercultural	OB	4.º/6 ECTS
Universidad Pompeu Fabra (UPF)	Mediación Cultural y Asistencia Social	OP	3.º-4.º/4 ECTS
	Mediación Intercultural	OP	3.º-4.º/5 ECTS
Universidad Jaume I (UJI)	Mediación Intercultural e Interpretación A1-B/B-A1 en los Servicios Públicos	OP	4.º/4,5 ECTS
Universidad de Valencia (UV)	Pragmática y mediación interlingüística	OB	3.º/6 ECTS

Fuente: elaboración propia.



Cabe apuntar, por último, que las asignaturas relacionadas con la mediación lingüística y cultural tienden a no hacer mención de ninguna lengua de trabajo concreta —por lo tanto, tampoco a ninguna combinación lingüística—, a excepción de las asignaturas ofertadas en Universidad Autónoma de Barcelona —donde se trabaja con la totalidad de lenguas: A, B, C y D— y la Universidad Jaume I, donde la combinación lingüística en cuestión posee doble direccionalidad: A1-B/B-A1.

La causa de la escasez de los dos tipos de asignatura mencionados a nivel de grado —especialmente aguda en el primer caso, el de las asignaturas centradas en el comercio exterior— podría encontrarse, según Morón Martín, en la difícil «flexibilización de las carreras e itinerarios de formación y empleo de nuestros egresados» (2011, s. p.), si bien en el caso de la disciplina que nos ocupa «no parece que este fenómeno tenga que subsistir, si bien, se abren interesantes vías de adecuación de la oferta formativa para estos perfiles diversos» (Morón Martín, 2011, s. p.).

En el contexto local que nos atañe, la existencia de organismos como el ICEX (España Exportación e Inversiones) y el CECO (Centro de Estudios Económicos y Comerciales), —que colaboran con el entorno académico mediante la oferta de prácticas académicas y mediante la creación de formación *ad hoc* (ICEX-CECO, s. f.)— justifica la importancia de este sector y la falta de formación existente a nivel de pregrado, de la que no sólo adolece el grado que nos ocupa en el presente estudio.

Por otra parte, la importancia de contar con estudios relacionados con el comercio internacional adaptados a cada contexto local aparece reflejada en el *Libro Blanco* del propio Grado de Traducción e Interpretación, al sostener que «el mercado tiene algunas características específicas propias de cada lugar: las grandes ciudades tienden a concentrar las empresas; [...] el comercio internacional no es idéntico en el Reino Unido que en Bélgica, ni la importancia de las instituciones internacionales es la misma en Suiza que en Portugal» (ANECA, 2004, p. 34).

En línea con esto, el ICEX cuenta con un aula virtual propia donde se ofrece formación

sobre comercio internacional —impartida por expertos en la materia— de manera gratuita para empresas españolas (Aula Virtual ICEX, s. f.). Además, ofrece distintas charlas de capacitación o ciclos temáticos, así como distintas jornadas y seminarios instructivos —individual— o programas didácticos —para empresas—, además de diversos proyectos formativos como el programa ICEX Vives, ICEX Brexit, Desafía, Ventana Global, digitalXborder o Conecta2 (Aula Virtual ICEX, s. f.). Paralelamente, este mismo organismo ofrece formación adicional a través del centro ICEX-CECO, donde se imparten más de 30 programas de diversa índole —«másteres, cursos superiores, cursos cortos, seminarios internacionales, preparación de oposiciones, etc.» (ICEX-CECO, s. f.)— que se erigen, hoy día, como un referente de la formación para la internacionalización de empresas.

2.3. El comercio exterior como salida profesional del traductor e intérprete

Dentro del ámbito de las transacciones internacionales, la importancia de contar con una figura que facilite la mediación lingüística —ya se trate de un traductor o de un intérprete profesional— está plenamente justificada debido a la multiplicidad de sujetos y actores que intervienen en dichas transacciones (Bejerano Rodríguez y Gómez Climent, 2023). Morón Martín (2012) se pregunta, en relación con este particular, si el traductor está preparado —en el contexto de su formación de base— para atender a las demandas de la empresa. Para esta autora, su formación en dos lenguas y culturas extranjeras, además de la movilidad académica y profesional que pueden conferirle estos estudios, convierte al titulado en Traducción e Interpretación en profesional que destaca por su evidente proyección profesional, ya que su formación «contrasta en mucho con la que pueden desarrollar estudiantes de otras titulaciones» (2012, p. 252).

Más allá de lo acontecido en las distintas negociaciones y reuniones en las que puedan participar hablantes plurilingües —donde la figura del mediador es indispensable también en términos culturales y perceptivos—, también

es indispensable que la documentación que atañe a todas las partes de la relación comercial —contratos, informes, leyes, normas de calidad, etc.— se encuentre adaptada a la idiosincrasia lingüística de cada contexto. Aquí el traductor «es una pieza clave a la hora de ayudar a establecer relaciones comerciales y a mediar en litigios» (Aguayo-Arrabal, 2012, p. 65). Por ello, en general, el mundo de la empresa «no parece haber pasado por alto el potencial del traductor e intérprete» (Morón Martín, 2012, p. 262), ya que toda empresa que desee abrirse paso en un mercado ajeno necesita «contar con personal con experiencia que sepa cómo adaptar los productos y servicios al mercado multilingüe» (Aguayo-Arrabal, 2012, p. 63). Si bien, como esta misma autora contraargumenta, todavía este tipo de responsabilidades recae en otro tipo de empleados, sobre todo en empresas pequeñas o que aún no poseen un departamento internacional consolidado.

Esta realidad contrasta con la importancia del sector exterior en nuestro país, ya que el despliegue internacional de las cadenas de valor de las empresas estatales se ha disparado desde el final, hace más de una década, de la última gran crisis financiera a nivel global (Cuenca García *et al.*, 2023), por lo que la participación de España en las exportaciones mundiales de mercancías y su posición de inversión internacional ha alcanzado cotas históricas. Es especialmente significativa, asimismo, la existencia de varios sectores con volúmenes de negocio especialmente prolíficos, como el oleícola o el vitivinícola (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, s. f.).

Para continuar fomentando esta tendencia, existen multitud de entidades españolas que prestan apoyo a la internacionalización y asesoran en torno a la misma (Cuenca García *et al.*, 2023); se extienden tanto a nivel estatal —como el anteriormente referido ICEX, España Exportación e Inversiones— como autonómico, y abarcan desde el ámbito gubernamental —con la Secretaría de Estado de Comercio— hasta entidades de representación empresarial, como las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) o las

asociaciones de exportadores. Paralelamente, existen multitud de entidades oficiales que se encargan de apoyar la internacionalización desde el ámbito financiero: el Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM), el Instituto de Crédito Oficial (ICO) o el Centro para el Desarrollo Tecnológico e Industrial (CDTI).

Por lo que respecta al comercio exterior como salida laboral para el traductor, en el *Libro Blanco* de la titulación (ANECA, 2004, p. 64) se indica que el 6,7 % de los informantes de la encuesta de egresados —de un total de 321— apuntaba al comercio exterior —concretamente, al rol de «administrativos en el área de comercio exterior»— como uno de los empleos que habían formado o formaban en aquel momento parte de su vida laboral. De hecho, «la actividad internacional de las empresas es una de las actividades que más práctica traslativa supone para las agencias o empresas proveedoras de servicios de traducción» (Morón Martín y Medina Reguera, 2016, p. 227).

Si tratamos de discernir, en este punto, el perfil profesional del traductor especializado en comercio exterior, encontramos una propuesta formulada por Morón Martín y Medina Reguera (2016), quienes —tras analizar las distintas denominaciones de los puestos ocupados por graduados en TeI— encuentran una gran heterogeneidad, es decir, desde el «Administrativo de Comercio Internacional» hasta el «Técnico en Departamento Comercial», fluctuando en puestos como el de «Consultant», «International Project Manager», «Responsable de Ventas», «Técnico de Exportación» o «Técnico de Comercio Exterior», entre muchos otros. En lo relativo a los distintos tipos de empresas en las que trabajan los egresados en TeI que han asumido roles relacionados con el ámbito internacional también hallamos una gran disparidad: de empresas de vinos y licores, de la industria farmacéutica y cosmética, del sector textil, de energía renovable y medio ambiente, del sector tecnologías de la información y la comunicación, etc. (Morón Martín y Medina Reguera, 2016, p. 239).

No cabe duda de que se trata de un rol profesional en ciernes: de hecho, recientemente, entre las «decisiones



de mejora» adoptadas en el *Informe de Seguimiento Anual del título del Grado de Traducción e Interpretación* ofertado por la Universidad Pablo de Olavide reza, precisamente —en relación con la ampliación de la oferta de prácticas en empresa—, «[...] buscar nichos de empleo nuevos: comercio exterior e internacionalización empresarial, marketing internacional y transcreación, [...] etc.» (Universidad Pablo de Olavide, 2023, p. 38).

3. METODOLOGÍA

3.1. Cuestiones preliminares y contexto curricular

La presente propuesta formativa se plantea, de manera abstracta, como asignatura o como módulo de contenido que podría insertarse dentro de otra asignatura o dentro de un curso de posgrado². Por ello, dependiendo del contexto real de implantación, la extensión de los contenidos propuestos podría modificarse —omitiendo o añadiendo contenidos, formulando una mayor o menor cantidad de ejercicios prácticos y de dinámicas, etc.— debido también a que el perfil del alumnado podría ser diverso.

En relación con el procedimiento de exposición de la información, hemos de apuntar que durante el desarrollo de los resultados del presente estudio exponemos, por un lado, la estructura de la asignatura, y por otro exhibimos una guía docente tentativa, de manera que la información pueda estructurarse de forma normalizada. A tal efecto hemos hecho uso del modelo de guía docente de la Universidad Pablo de Olavide, mostrado en la figura 1.

² En relación con este particular, Vivas (2009, p. 6) sostiene que la ampliación del currículo mediante cursos y otras actividades educativas que se erigen como «un complemento para suplir necesidades que el estudiante encuentra en el mercado de trabajo» y, en el caso que nos ocupa, también en el ámbito formativo a nivel de posgrado.

Figura 1. Modelo de guía docente empleado (Universidad Pablo de Olavide).



NOMBRE DE LA ASIGNATURA

I. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignatura	
Cours	
Códigos	
Code	
Facultad	
Faculté	
Grados donde se imparte	
Licencias	
Departamento responsable	
Département responsable	
Curso	
Année	
Semestre	
Semestre	
Créditos totales	
Nombre total de crédits	
Carácter	
Type de cours	
Idioma de impartición	
Langue d'enseignement	

Fuente: Elaboración propia a partir de lo estipulado en las guías docentes de la Universidad Pablo de Olavide.

Las distintas secciones del modelo de guía docente de dicha universidad se enumeran en la tabla 2. Algunas de las secciones de la tabla expuesta se acompañan de una leyenda donde se indica si dicha sección se ha descartado —«[Ø]»— por no poder aplicarse a la propuesta realizada. Hemos de mencionar que la distinción entre las líneas 1 y 2 hace referencia a la subdivisión en grupos de un mismo curso, cuando este cuenta con un número elevado de alumnos, para agruparlos por lenguas de trabajo o si se trata de dobles grados, entre turnos de mañana y de tarde.

Tabla 2. Secciones presentes en el modelo de guía docente empleado (Universidad Pablo de Olavide).

<p>1. Descripción de la asignatura [Ø]</p> <p>a) Asignatura b) Código/s [Ø] c) Facultad [Ø] d) Grados donde se imparte [Ø] e) Departamento responsable [Ø] f) Curso [Ø] g) Semestre [Ø] h) Créditos totales [Ø] i) Carácter [Ø] j) Idioma de impartición [Ø] k) Modelo de docencia [Ø]</p>
<p>2. Equipo docente [Ø]</p> <p>2.1 Responsables [Ø]</p> <p>a) Nombre [Ø] b) Departamento [Ø] c) Área de conocimiento [Ø] d) Categoría [Ø] e) Número de despacho [Ø] f) Teléfono [Ø] g) Página web [Ø] h) Correo electrónico [Ø]</p> <p>2.2 Profesorado [Ø] [Repetición secciones A-H] [Ø]</p> <p>i) Grupos de docencia [Ø] j) Horario de tutorías [Ø]</p>
<p>3. Ubicación en el plan formativo</p> <p>a) Breve descripción de la asignatura b) Objetivos (en términos de resultados de aprendizaje) c) Prerrequisitos d) Recomendaciones</p>
<p>4. Competencias</p> <p>a) Competencias básicas de la Titulación que se desarrollan en la asignatura b) Competencias generales de la Titulación que se desarrollan en la asignatura c) Competencias transversales de la Titulación que se desarrollan en la asignatura d) Competencias específicas de la Titulación que se desarrollan en la asignatura e) Competencias particulares de la asignatura, no incluidas en la memoria del título</p>
<p>5. Temario</p>
<p>6. Metodología y recursos</p> <p>a) Metodología general b) Metodología de la línea 2 [Ø]</p>

7. Criterios generales de evaluación

- a) Primera convocatoria ordinaria (convocatoria de curso)
- b) Segunda convocatoria ordinaria (convocatoria de recuperación) [Ø]
- c) Convocatoria extraordinaria de noviembre [Ø]
- d) Criterios de evaluación de la línea 2 [Ø]

8. Bibliografía

- a) Bibliografía general

Fuente: elaboración propia a partir de lo estipulado en las guías docentes de la Universidad Pablo de Olavide.

3.2. Diseño del módulo de formación

Para el diseño del módulo de formación y, en especial, del temario, se han tomado como base una serie de fuentes ordenadas siguiendo un criterio de especificidad, por lo que los contenidos se desarrollan desde lo general a lo específico.

En primer lugar, se ha tenido en cuenta el contenido del Máster Universitario en Gestión Internacional de la Empresa perteneciente a las becas de internacionalización del ICEX (s.f.³), que está formado por seis módulos (Entorno Económico Internacional, Estrategia Empresarial Internacional, Marketing e Investigación de Mercados, Contabilidad y Finanzas, Entorno Legal Internacional y Comunicación Empresarial) y una serie de asignaturas optativas. Como punto de partida,

3 Se trata de un programa de becas, con prácticas en oficinas comerciales y en empresas nacionales e internacionales dirigidas a graduados, que tiene como objetivo formar en el ámbito de la internacionalización de la empresa. Está formado por tres fases: máster, prácticas en oficinas comerciales y prácticas en empresas nacionales e internacionales. Esta formación de 75 ECTS es un MBA que «desarrolla conocimientos y competencias en ámbitos avanzados de la gestión internacional de la empresa» (ICEX, s.f.). Este máster se ha tomado como punto de partida puesto que supone un referente nacional en lo que respecta a la internacionalización empresarial y combina, además, contenidos teóricos con prácticas en empresas, lo que favorece la puesta en práctica de los contenidos transmitidos. Asimismo, Morón (2012) toma esta formación como referencia a la hora de establecer las competencias que debería poseer un traductor especializado en comercio exterior.



hemos dividido nuestro módulo formativo siguiendo el modelo propuesto en este máster. Consideramos que, debido a su completitud temática y a la autoridad y relevancia de la institución que lo avala, se trata de un referente en la materia.

La segunda fuente empleada ha sido el *Manual de Internacionalización del ICEX* (Arteaga Ortiz, 2023), en el cual se abordan diferentes aspectos de la internacionalización de la empresa. Esta obra, formada por ocho capítulos, contiene nociones de economía, marketing, internacionalización empresarial, información sobre organismos de promoción exterior o desarrollo sostenible. Está concebido como un manual práctico en el cual cada capítulo propone una serie de objetivos de aprendizaje, contenido teórico, un glosario de los términos más relevantes y bibliografía recomendada para ampliar conocimientos. Hemos seleccionado este manual por varios motivos: por un lado, por la importancia que reviste el ICEX como organismo nacional de referencia a la hora de orientar y fomentar la internacionalización empresarial, y, por otro, porque consideramos que este manual contiene información esencial para cualquier empresa que desee iniciar un proceso de internacionalización.

Asimismo, se han tenido en cuenta los contenidos incluidos en las formaciones del ICEX y de Andalucía Trade —anteriormente, Extenda—, la Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico de Andalucía (Andalucía Trade, s.f.) debido a su

carácter específico, el cual les ha convertido en referentes autonómicos en lo que a formación en internacionalización se refiere. En ambos casos, se trata de cursos gratuitos destinados a empresas que operan en el contexto internacional o que tienen intención de comenzar a hacerlo.

Posteriormente, siguiendo la prelación establecida, se ha analizado el contenido de las asignaturas del Grado en Traducción e Interpretación en las que se abordan aspectos relacionados con el comercio exterior (*vid.* apartado 2.2, «La formación sobre comercio exterior y mediación lingüística dentro del Grado de Traducción e Interpretación»).

Por último, se ha tomado como referencia el modelo de CT adaptadas elaborado por Morón Martín y Medina Reguera (2016) a partir de la propuesta de CT de Kelly (2002). Para estas autoras, la formación del traductor como futuro profesional del comercio exterior deberá incluir un desarrollo de las competencias lingüística, temática, intercultural, textual y psicofisiológica.

Una vez consultado el contenido de las fuentes indicadas anteriormente, se procedió a realizar un análisis documental (Pinto, Gálvez y Dijk, 1996) y se extrajo la información pertinente. En el caso del modelo competencial de Morón Martín y Medina Reguera (2016), a partir de las cinco competencias identificadas se seleccionaron una serie de descriptores que, posteriormente, se han tenido en cuenta para diseñar el contenido del temario de la asignatura (tabla 3).

Tabla 3. Competencias del traductor para el comercio exterior. Descriptores otorgados durante el análisis de datos.

Competencias	Descriptores
Lingüística	Comunicación oral, negociación, comunicación en el entorno empresarial, inglés para los negocios
Temática	Conocimientos temáticos directamente vinculados con el comercio y la empresa
Intercultural	Comunicación intercultural, negociación intercultural
Textual	Correspondencia, textos informativos, textos persuasivos, documentos mercantiles, documentos financieros
Psicofisiológica	Necesidades comunicativas de la empresa, refuerzo del desarrollo del negocio

Fuente: elaboración propia a partir de Morón Martín y Medina Reguera (2016).

4. RESULTADOS

La exposición de resultados se realizará secuencialmente. En primer lugar, se detallarán la estructura y contenidos de la asignatura y, en segundo lugar, se mostrará la guía docente elaborada, de manera tentativa, tal y como se indica en el apartado correspondiente a la metodología (*vid.* apartado 3.1, «Cuestiones preliminares y contexto curricular»), tomando como punto de partida el modelo de guía docente de la Universidad Pablo de Olavide.

4.1. Estructura del módulo formativo

Como se puede observar en la guía docente (*vid.* apartado 4.2, «Guía docente de la asignatura»), se trata de una asignatura en la que se combinan contenidos teóricos y prácticos. Como se ha especificado con anterioridad, nuestra propuesta se concibe como un módulo completo adaptable a cualquier contexto educativo con la posibilidad de eliminar o, según el contexto docente, reducir alguno de los bloques temáticos. De este modo, proponemos un programa que abarca todos los contenidos vinculados con el comercio exterior y la comunicación intercultural identificados en las fuentes indicadas en el apartado correspondiente a la metodología.

Las actividades están enmarcadas en seis módulos de trabajo que se suceden de manera cronológica siguiendo un enfoque *top-down*, partiendo de conceptos generales y básicos hasta abordar cuestiones específicas de tipo comunicativo y textual. En cuanto a la secuenciación, se prevé dedicar un mínimo de tres sesiones a cada uno de los bloques temáticos. Por lo tanto, el módulo formativo completo se desarrollaría a lo largo de dieciocho sesiones en total, distribuidas en series de dos o tres sesiones semanales en función del tipo de formación por el cual se opte.

En lo relativo al perfil del alumnado, al igual que ocurre en el caso de las asignaturas vinculadas con el comercio exterior analizadas con anterioridad en la presente contribución que ya se imparten en algunos grados, pretendemos implementar el módulo formativo en el último curso del Grado en

Traducción e Interpretación. De este modo, los discentes contarán con conocimientos previos, especialmente por lo que respecta a la traducción y la interpretación, que se verán complementados por la formación aquí propuesta.

El desarrollo de la formación se plantea en el marco de la perspectiva constructivista del aprendizaje activo y colaborativo planteado por Kiraly (2014), quien defiende que es necesario introducir estrategias de aprendizaje activo en la formación del futuro traductor. Según este autor, es necesario cambiar el enfoque en el aula de traducción y pasar de la transmisión unidireccional de conocimientos a una interacción multidireccional. De esta forma, al interactuar con sus compañeros, los alumnos desarrollarán de una manera más efectiva las competencias profesionales que se espera de ellos. Abundando en esta idea, Muñoz-Miquel (2015) señala la importancia de la presencia y el asesoramiento del experto para desarrollar la competencia temática. No obstante, también se prevé la impartición de clases magistrales, con el objetivo de «realizar distintas aclaraciones conceptuales de partida que permitan al alumnado vehicular las ideas planteadas en las actividades posteriores» (Rodríguez-Faneca y Martín Martín-Mora, 2023, p. 62).

A propósito de las actividades formativas que se realizarán, estas se agruparán en tres tipos: actividades dirigidas —como análisis de documentos jurídicos, económicos o comerciales para determinar su estructura y sus rasgos característicos principales— o ejercicios de expresión oral en los que se pongan en práctica los conocimientos teóricos adquiridos; actividades supervisadas —como ejercicios de producción escrita en los que se proponga redactar correspondencia comercial—, dinámicas de grupo en las que se simulen situaciones reales de negociación en contextos multilingües o en los cuales exista la necesidad de mediación intercultural y, finalmente, prácticas de interpretación. De manera anexa, se propone la realización de actividades autónomas, entre las que se encuentra la lectura de la bibliografía recomendada para su posterior debate en el aula, la realización de traducción de



documentos o la puesta en marcha de un proyecto de internacionalización al finalizar el módulo, en la línea de lo observado en el Máster del ICEX (ICEX, s.f.).

Para establecer las competencias que se persigue desarrollar con la presente asignatura (*vid.* apartado 4.2, «Guía docente de la asignatura»), se han tomado como referencia las competencias del Título en Traducción e Interpretación de la Universidad Pablo de Olavide, recogidas convenientemente en la página web del Registro de Universidades, Centros y Títulos del Ministerio de Ciencia, Innovación e Universidades (RUCT, s.f.).

El primero de los bloques temáticos, —«Bloque I, Entorno económico internacional»—, proporciona una visión global sobre el comercio internacional, comenzando por la terminología básica que se utilizará en los módulos posteriores y los documentos más comunes que se manejan dentro de este ámbito. El segundo eje temático del bloque lo conformarán la internacionalización empresarial, los fundamentos de la estrategia de internacionalización y las pautas para establecer dicha estrategia de internacionalización. Para finalizar, se realizará una breve aproximación a las principales agencias de internacionalización, tanto las pertenecientes a la comunidad autónoma como las de ámbito nacional. Se abordará su función y las principales acciones de apoyo a la internacionalización de la empresa.

En el segundo bloque, —«Bloque 2. Estrategia empresarial internacional»—, se proporcionan nociones sobre la negociación en el ámbito internacional, el liderazgo empresarial y la gestión de equipos. Asimismo, se incluye un tercer apartado dedicado a la mediación y la comunicación intercultural como elementos determinantes de la negociación en contextos internacionales.

El tercero de los bloques, —«Bloque 3. Marketing e investigación de mercados»—, se subdivide en dos grandes apartados. En el primero de estos subapartados se ofrecerán nociones básicas de marketing internacional y de diseño de planes de marketing. En el segundo de ellos, el relativo a la investigación de mercados internacionales, se realizará

una introducción a dichos mercados. A este respecto, como señala Solano Sánchez (2014, p. 10), el traductor se revela como un actor clave en el ámbito del marketing ya que, como mediador intercultural, con conocimientos tanto en la cultura del país de origen como en la del país de destino, puede entender lo que ocurre en la mente de un potencial consumidor internacional, sus preferencias y costumbres, así como los mecanismos que le influyen a la hora de tomar de decisiones.

El cuarto bloque —«Bloque 4. Contabilidad y finanzas»— se centra en aspectos relacionados con la contabilidad y las finanzas en el marco internacional. En él se proporcionará una serie de nociones básicas en relación con este ámbito, entre las que se encuentra la financiación de las exportaciones (medios de pago, garantías, avales, etc.), las principales instituciones financieras multilaterales y los mecanismos de apoyo financiero a la exportación, ya mencionados durante el marco teórico de este trabajo.

El quinto, —«Bloque 5. Entorno legal internacional»—, se dedica al entorno legal internacional y en él se imparten nociones básicas de contratación internacional y se estudian los Incoterms (*Internacional Commercial Terms*) como elementos reguladores de la compraventa internacional. También se incluye un subapartado dedicado a los diferentes tipos de contratos empleados en este contexto (contratos de suministro, compraventa, arrendamiento, prestación de servicios, etc.) y a las normas de calidad que regulan las actividades comerciales internacionales. Para finalizar, se incluye un tercer módulo sobre gestión de recursos humanos en el ámbito internacional.

En el sexto bloque —«Bloque 6. Comunicación empresarial»—, dedicado a la comunicación empresarial, se abordan los conocimientos que se encuentran vinculados de manera más directa con la traducción y la interpretación. Así, se incluyen contenidos de traducción económica, jurídica y financiera y de interpretación para el comercio exterior. Para ello, se abordarán las principales fuentes de documentación necesarias para el traductor en el ámbito comercial y se propondrán encargos de traducción de los principales documentos

empleados en el marco del comercio exterior (contratos internacionales, correspondencia comercial, etc.).

Del mismo modo, se han incluido dos subapartados dedicados al inglés en el marco del comercio internacional ya que, como sostienen Morón Martín y Medina Reguera (2016), el inglés es la principal lengua vehicular en el ámbito de los negocios internacionales, con independencia del país en el que se realice la actividad, y gran parte de la documentación se redacta directamente en esta lengua. Por ello, también se ha previsto la inclusión de contenidos relacionados con la terminología específica de la lengua origen que es de uso habitual en el comercio internacional.

Hemos de mencionar, además, que en la formación de entidades como el ICEX o incluso en el ámbito universitario se ofertan cursos centrados en esta lengua. De hecho, en la Universidad San Jorge, dos de las tres asignaturas correspondientes al módulo optativo en comercio exterior —«International Trade and Logistics» y «Management and Organisation of Multinational Companies»—, se imparten en inglés en su totalidad. Para finalizar, se realiza una breve aproximación al mercado profesional del comercio exterior y se esboza el perfil que debe tener un traductor especializado en este sector.

Como se puede observar a partir de la planificación propuesta, la mayor parte del contenido teórico del plan formativo está integrado por materias vinculadas con el ámbito empresarial, la contabilidad, el marketing y el derecho internacional, puesto que, como se adelantaba en la introducción (*vid.* apartado 1, «Introducción y objetivos») estos

conocimientos temáticos no se encuentran presentes en los planes de estudio de los grados en TeI. Con estos bloques temáticos se dotará al discente de conocimientos temáticos básicos, identificados por Aguayo (2010, *cit.* en Morón Martín y Medina Reguera, 2016) como uno de los elementos que mayores reticencias despertaba para los responsables de comercio exterior encuestados en su estudio acerca del perfil del traductor para el comercio exterior. De hecho, según esta autora, los responsables de este sector consideraban que «un traductor que quisiera integrarse en el mundo de la empresa internacional debiera reforzar sus conocimientos en este sentido» (Morón Martín y Medina Reguera, 2016, pp. 246-247).

En línea con esta estrategia de desarrollo del conocimiento temático, se propone una relación de lecturas recomendadas y de obras de consulta tanto de carácter general como vinculadas directamente con los aspectos más destacables del contenido teórico.

Por lo que respecta a la evaluación, se prevé establecer un sistema de evaluación continua, formada por una serie de actividades que se llevarán a cabo a lo largo del periodo formativo y que permitirán al profesorado valorar la evolución de cada estudiante. Asimismo, al finalizar el módulo se llevará a cabo una prueba de corte teórico-práctico que incluirá la resolución de casos reales.

4.2. Guía docente de la asignatura

En la tabla 4 se expone una guía docente de referencia confeccionada para mostrar, de manera esquemática, la información proporcionada en el apartado anterior.

Tabla 4. Guía docente tentativa.

3. Ubicación en el plan formativo

a. Breve descripción de la asignatura

Esta asignatura se orienta hacia la formación del traductor e intérprete en el ámbito del comercio y de la comunicación internacional. Para ello, a través de una serie de módulos temáticos, se profundizará en aspectos relacionados con el comercio exterior (contabilidad, marketing, internacionalización) y la comunicación internacional.

b. Objetivos (en términos de resultados de aprendizaje)

Familiarizarse con la terminología empleada en el contexto empresarial internacional.
 Emplear correctamente los conceptos básicos del comercio internacional.
 Familiarizarse con las dinámicas de internacionalización empresarial
 Familiarizarse con las dinámicas de exportación e importación.
 Ser capaz de desarrollar una estrategia de internacionalización empresarial.
 Desarrollar estrategias de marketing internacional.
 Familiarizarse con las características de los mercados internacionales.
 Familiarizarse con situaciones de negociación internacional.
 Desarrollar estrategias de negociación internacional.
 Familiarizarse con los principales documentos utilizados en el contexto internacional.
 Ser capaz de redactar documentos pertenecientes al ámbito del comercio exterior.
 Ser capaz de traducir documentos especializados (jurídicos, económicos o comerciales) pertenecientes al ámbito del comercio exterior.
 Ser capaz de realizar interpretaciones en contextos de comercio exterior.
 Desarrollar habilidades de comunicación intercultural.
 Ser capaz de negociar y mediar en situaciones de interculturalidad.

c. Prerrequisitos

El estudiantado debe poseer un perfecto dominio de la lengua materna, tanto en el ámbito oral como escrito, así como de las lenguas de trabajo (segunda o tercera lengua extranjera), especialmente, la lengua inglesa. Además, deberá contar con conocimientos de las culturas de las lenguas de trabajo, tanto de la lengua materna como de la segunda y tercera lengua extranjera.

d. Recomendaciones

Es recomendable contar con experiencia previa en traducción de textos de carácter especializado, concretamente en los ámbitos jurídico, económico y mercantil. Asimismo, se recomienda tener conocimientos previos en técnicas de interpretación, traducción a la vista y toma de notas.

4. Competencias*a. Competencias básicas de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura*

- CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
 CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

b. Competencias generales de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura

- CG01 Comunicarse con corrección, oralmente y por escrito, en dos lenguas extranjeras.
 CG02. Traducir textos escritos en dos lenguas extranjeras.
 CG04. Mediar entre personas provenientes de distintas lenguas y culturas.
 CG03. Corregir y editar textos redactados en español y en dos lenguas extranjeras.
 CG06. Resolver problemas relacionados con la redacción y traducción de textos, con capacidad para integrar en los mismos conocimientos multidisciplinares.

c. Competencias transversales de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura

- CT01. Comunicar en lengua española ideas propias o ajenas al más alto nivel, tanto oralmente como por escrito.
 CT02 Adaptarse a entornos de trabajo colaborativos.
 CT04 Tener capacidad de adaptación a situaciones nuevas.
 CT05 Tener capacidad para idear propuestas profesionales novedosas.

d. Competencias específicas de la Titulación que se desarrollan en la Asignatura.

- CE01 Gestionar y ejecutar proyectos de traducción profesional (directa e inversa) dentro de unos plazos competitivos y con unos resultados de calidad.
 CE05 Conocer las técnicas de interpretación bilateral o de enlace.

e. Competencias particulares de la asignatura, no incluidas en la memoria del título

Dominar las habilidades profesionales en el marco de la traducción y la interpretación.
 Tener capacidad para reconocer las situaciones comunicativas propias del comercio, especialmente en un contexto intercultural.

5. Temario

1. Entorno económico internacional

Terminología básica de comercio exterior
Documentos frecuentes en el comercio exterior
Internacionalización empresarial
Principales agencias de internacionalización

2. Estrategia empresarial internacional

Negociación internacional.
Liderazgo empresarial y gestión de equipos
Mediación y comunicación intercultural

3. Marketing e investigación de mercados

Aproximación al marketing internacional
Diseño de un plan de marketing internacional
Investigación de mercados internacionales
Selección de mercados internacionales

4. Contabilidad y finanzas

Financiación de las exportaciones
Principales instituciones financieras
Apoyo financiero a la exportación

5. Entorno legal internacional

Contratación internacional
Incoterms
Tipología de contratos en el marco internacional
Normas de calidad
Gestión de recursos humanos en el ámbito internacional

6. Comunicación empresarial

Traducción económica, financiera y comercial
Interpretación para el comercio exterior
Inglés para el comercio exterior
Terminología específica para el comercio exterior
Redacción de documentos mercantiles y comerciales en inglés
Mercado profesional y perfil del traductor para el comercio exterior

6. Metodología y recursos

a. Metodología general

La metodología docente aunará contenidos teóricos y tareas prácticas para la consolidación de los conocimientos adquiridos. Se impartirán una serie de clases magistrales de carácter teórico para dotar a los alumnos de un marco de apoyo, así como seminarios de corte práctico en los que se propondrán actividades para realizar en el aula o correcciones de actividades elaboradas por el alumno con carácter previo. Se fomentará el debate y la participación del alumnado a través de dinámicas de grupo y actividades de simulación. En última instancia, se prevé la realización de charlas, conferencias y talleres impartidos por expertos en cuestiones concretas del temario con el objetivo de acercar al discente a la realidad del mundo profesional.

7. Criterios generales de evaluación

a. Primera convocatoria ordinaria (convocatoria de curso)

La evaluación consistirá en la realización de una serie de actividades (individuales y grupales) a lo largo de las semanas en las que se desarrollará el semestre (60 % de la calificación final). Al finalizar el módulo, se llevará a cabo una prueba de corte teórico sobre los conocimientos adquiridos (40 % de la calificación final). Dicha prueba consistirá en preguntas breves de desarrollo y casos prácticos.

8. Bibliografía

a. Bibliografía general

Arteaga Ortiz, J. (2023). *Manual de Internacionalización del ICEX: técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización*. ICEX España Exportación e Inversiones.

Crespo Martínez, B. y Leal Jiménez, A. (2019). *Manual de Comercio Internacional*. Extenda. Agencia Andaluza de promoción exterior.

b. Bibliografía específica

1. Entorno económico internacional

Andreu Arasa, J., Tórtola Sebastián, C. J., y Vera González, V. (2020). El comercio electrónico y el papel de las agencias de promoción de la internacionalización. El caso de ICEX. El mercado chino. *Información Comercial Española Revista de Economía* (913).

Iñárritu, B. (2005). El reto de la internacionalización empresarial en el entorno europeo. *Boletín de estudios económicos*, 60(185), 195-208.

Kriz, A., Rumyantseva, M., y Welch, C. (2023). When does the internationalization process begin? Problematizing temporal boundaries in international business. *Journal of World Business*, 58(3), 101423.

Paniagua, J., Sapena, J., & Villó, C. (2020). Análisis de las Agencias de Promoción de Inversión Extranjera. *ICE, Revista De Economía*, (913), 237-257.

2. Estrategia empresarial internacional

Catalá Hall, A. (2023). Comunicación intercultural y sensibilidad empática en el liderazgo empresarial. *CIRCULO de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 93, 165-178.

Cuervo-Cazurra, Á. (2004). Dificultades en la internacionalización de la empresa. *Universia Business Review*, (4), 18-29.

Fanjul Martín, E. (2014). Ocho cuestiones clave para la internacionalización de la empresa. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, (61), 1.

Guanilo Aranda, E. y Cornejo Fernández, H. (2016). La comunicación intercultural en las relaciones internacionales, elemento clave para el traductor y el intérprete. *Tradición, segunda época*, (16), 70-78.

3. Marketing e investigación de mercados

Arenal Laza, C. A. (2019). *Políticas de marketing internacional*. Tutor formación.

Jerez Riesco, J. L. y García-Mendoza, Á. (2010). *Marketing internacional para la expansión de la empresa*. Esic Editorial.

Merino Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Esic editorial.

Moreno Oliva, O. I. (2007). El marketing internacional como herramienta indispensable para una exportación efectiva. *Ciencia en su PC*, (2), 1-10.

4. Contabilidad y finanzas

Amparo Bonet, J. (2023). Medios de cobro y pago internacionales, blockchain y su viabilidad jurídica. *Diario La Ley*, (10268), 3.

Cerdán Borja, A., Márquez, J. M y Muñoz Portillo, D. (2020). La sostenibilidad y la promoción de exportaciones. El caso de ICEX. *ICE: Revista de Economía* (912), 43-57.

García Crespo, P. I. (2007). *Financiación internacional*. Ediciones Paraninfo, S.A.

Trujillo, L. E. (2004). Reflexiones sobre finanzas internacionales en un entorno globalizado. *Innovar*, 14(23), 75-78.

5. Entorno legal internacional

Cabello González, J. M. (2000). *La contratación internacional: guía práctica*. Esic Editorial.

Soler, D. (2021). *Guía práctica de las reglas Incoterms 2020. Derechos y obligaciones sobre las mercancías en el comercio internacional*. Marge books.

Torreillas López, S. (2023). *Contratos mercantiles. Contratación internacional*. Aranzadi/Civitas.

6. Comunicación empresarial

Aguayo-Arrabal, N. (2012). El traductor e intérprete en el comercio exterior: ¿realidad o necesidad? *Entreculturas*, 5, 57-74.

Morón Martín, M. (2012). La figura del Traductor-Intérprete en procesos de internacionalización: el caso de las convocatorias de becas del ICEX. *Sendebarr*, 23, 251-274.

Morón Martín, M. y Medina Reguera, A. (2016). La competencia del traductor que no “traduce”: el traductor en ámbitos de internacionalización empresarial. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*, (8), 225-256.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Podemos concluir afirmando, al igual que Morón Martín (2012, p. 270) que, en el «ámbito de la internacionalización de las empresas parece requerir casi de forma inequívoca a profesionales en comunicación internacional e intercultural». No obstante, respecto al marco formativo en TeI constatamos que, a pesar de que —como hemos indicado con anterioridad—, el comercio exterior se contempla como una de las salidas laborales de la formación en traducción e interpretación, no existe un elevado número de planes de estudio que integren asignaturas dedicadas a este ámbito y, las que lo hacen, las integran por separado. En efecto, únicamente hay tres universidades que ofertan asignaturas en traducción para el comercio internacional y sólo una, la UGR, incluye en sus planes de estudio asignaturas de interpretación vinculadas con este mercado. Lo mismo sucede en el caso de la formación en mediación intercultural ya que, si bien el número de asignaturas es superior en este caso, una parte significativa aborda la mediación intercultural en servicios públicos o desde la perspectiva nacional. Por lo tanto, resulta evidente que la oferta académica del grado es insuficiente para cubrir las necesidades formativas de los futuros profesionales de este ámbito. Por otro lado, hasta 2012, el ICEX no contemplaba el Grado en Traducción e Interpretación entre las formaciones elegibles para acceder a sus becas de internacionalización, lo que impedía que los egresados de estas formaciones pudieran acceder a ellas (Morón Martín, 2012).

Por los motivos expresados anteriormente, Morón Martín y Medina Reguera (2016) constatan en su estudio que los egresados de traducción e interpretación buscan, una vez finalizados sus estudios, complementar su formación con otras más específicas. Ante esta situación, estas autoras señalan que es necesario «seguir profundizando en la interdisciplinariedad necesaria entre grados y másteres» (Morón Martín y Medina Reguera, 2016, p. 248-249).

Por otro lado, por lo que respecta a los planes de formación en comercio exterior ofertados por entidades especializadas en este ámbito, se confirma que, si bien se ha constatado que

es necesario que los profesionales de este ámbito cuenten con conocimientos lingüísticos y en materia de interculturalidad, esta no tiene demasiada presencia en las formaciones propuestas. A modo de ejemplo, en el portal ICEX-CECO (s. f.) no encontramos ninguna formación vinculada con la comunicación y la mediación intercultural. Tampoco se menciona este aspecto en el *Manual de Internacionalización* del ICEX (Arteaga Ortiz, 2023).

Con el objetivo de dotar al traductor de una serie de conocimientos «para desarrollar todas las labores que requiere el asesorar al empresario en el proceso de internacionalización» (Orts Llopis, 2016, p. 254), hemos diseñado un plan de formación destinado a cubrir estas necesidades. De este modo, como respuesta a nuestro primer objetivo secundario, a través del cual pretendíamos determinar las competencias necesarias para el traductor especializado en comercio exterior, concluimos que se trata de un perfil con múltiples facetas y al cual no dan respuesta las competencias que se desarrollan al cursar el grado en TeI. Se trata, por lo tanto, de un perfil altamente técnico que debe poseer conocimientos vinculados con ámbitos como el marketing, las finanzas o el derecho. Hemos de mencionar, no obstante, que la adquisición de esta competencia de conocimiento revestirá una dificultad especial debido a que, como afirma Álvarez-García (2015, p. 362), «los estudiantes de traducción suelen proceder de una formación de letras, carente de conocimientos especializados en materias científicas en general y en economía en particular [...] [e]sto implica que no poseen conocimientos activos, pero tampoco pasivos, de los conceptos relacionados con la economía o el comercio». Por este motivo, el modelo que planteamos centrado en el alumno facilitará un aprendizaje activo que se verá reforzado por la realización de actividades en grupo y dinámicas de simulación de situaciones reales.

En lo relativo al segundo objetivo secundario planteado al inicio de la presente contribución, y vinculado con lo expuesto anteriormente, la falta de contenidos temáticos se revela como la principal carencia en los planes de formación actuales. Será necesario, por lo tanto, un cambio de paradigma para acercar la formación universitaria a la realidad del



mercado laboral con el objetivo de formar a profesionales versátiles.

Por último, otro reto que es necesario abordar se sitúa en la esfera del mundo empresarial. Si bien se ha identificado la necesidad de contar con expertos para llevar a cabo actividades comerciales en el ámbito internacional, no siempre coincide con la realidad, ya que, según Aguayo-Arrabal (2012), en la mayoría de las situaciones, cuando surge esta necesidad, las empresas optan por adoptar soluciones a corto plazo y no contratan a profesionales especializados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez-García, C. (2015). *El acceso de los traductores e intérpretes al conocimiento experto en materia económica: especialización en comercio exterior*. [Tesis doctoral]. Universidad Pablo de Olavide
- Andalucía Trade (s.f.). *Formación*. Junta de Andalucía. <https://www.andaluciatrade.es/servicios/formacion/>
- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). (2004). *Libro Blanco del Título de Grado en Traducción e Interpretación*. ANECA.
- Aguayo-Arrabal, N. (2012). El traductor e intérprete en el comercio exterior: ¿realidad o necesidad? *Entreculturas*, 5, 57-74.
- Aula Virtual ICEX (s. f.). *Aula Virtual de España Exportación e Inversiones*. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa del Gobierno de España. <https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/formacion/aula-virtual>
- Bejerano Rodríguez, F. y Gómez Climent, L. (2023). Acceso a los mercados multilaterales. En Arteaga Ortiz, J., *Manual de Internacionalización del ICEX: técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización* (pp. 791-838). ICEX España Exportación e Inversiones.
- Borja Albi, A., y Hurtado Albir, A. (1999). La traducción jurídica. En *Enseñar a traducir: metodología en la formación de traductores e intérpretes* (pp. 154-160). Edelsa.
- Calvo, E. (2006). Orientación Profesional para Futuros Licenciados de Traducción e Interpretación: Estrategias Centradas en las Necesidades del Estudiantado. En Bravo Utrera, S. y García López, R. (eds.), *Estudios de Traducción: Problemas y Perspectivas* (pp. 633-649). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Las Palmas.
- Castañeda Fernández, J. (2016). Análisis del desarrollo de los nuevos títulos de Grado basados en competencias y adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). *REDU. Revista de Docencia Universitaria*, 14(2), 135-157.
- Cerviño Fernández, J., Arteaga Ortiz, J., Fernández del Hoyo, A. P. y Rizzi, F. (2023). Marketing Internacional. En Arteaga Ortiz, J., *Manual de Internacionalización del ICEX: técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización* (pp. 252-132). ICEX España Exportación e Inversiones.
- Cifuentes Pérez, P. (2017). Las diez competencias fundamentales para la empleabilidad según egresados, profesorado y profesionales de la traducción y la interpretación. *Quaderns: revista de traducció*, (24), 197-216.
- Cuenca García, E., Navarro Pabsdorf, M., Hernández San Juan, B., Fuentes Candau, R. y Martín Serreta, C. (2023). Un entorno internacional globalizado. En Arteaga Ortiz, J., *Manual de Internacionalización del ICEX: técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización* (pp. 19-132). ICEX España Exportación e Inversiones.
- Díaz-Millón, M. y Gutiérrez-Artacho, J. (2020). Nuevos perfiles profesionales en traducción: Competencias necesarias para la transcreación. En Martínez Martínez (ed.), *Nuevas tendencias en Traducción e Interpretación* (pp. 115-130). Comares.
- Hurtado Albir, A., Kuznik, A. y Rodríguez-Inés, P. (2022). La competencia traductora y su adquisición. En Hacia un marco europeo de niveles de competencias en traducción. El proyecto NACT del grupo PACTE. *MonTI Special Issue* 7,19-40.

- ICEX (s. f.). *España Exportación e Inversiones*. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa del Gobierno de España. <https://www.icex.es/>
- ICEX (s. f. b). *Conoce las Becas ICEX de internacionalización*. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa del Gobierno de España. <https://www.icex.es/es/todos-nuestros-servicios/formacion/becas/conoce-las-becas-icex>
- ICEX (s. f. c). *MBA in International Management (Fase 0-Becas ICEX-48ª Promoción)*. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa del Gobierno de España. <https://www.icex-ceco.es/curso/mba-in-international-management-fase-0--becas-icex--48-promocion>
- ICEX-CECO (s. f.). *España Exportación e Inversiones y Centro de Estudios Económicos y Comerciales*. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa del Gobierno de España. <https://www.icex-ceco.es/>
- Arteaga Ortiz, J. (2023). *Manual de Internacionalización del ICEX: técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización*. ICEX España Exportación e Inversiones.
- Kelly, D. (2002). Un modelo de competencia traductora: bases para el diseño curricular. *Puentes*, 1(1), 9-21.
- Kiraly, D. (2014). *A social constructivist approach to translator education: Empowerment from theory to practice*. Routledge.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (s. f.). *Comercio Exterior Vegetal*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. <https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/comercio-exterior-vegetal/>
- Morón Martín, M. (2012). La figura del Traductor-Intérprete en procesos de internacionalización: el caso de las convocatorias de becas del ICEX. *Sendebarr*, 23, 251-274.
- Morón Martín, M. y Medina Reguera, A. (2016). La competencia del traductor que no “traduce”: el traductor en ámbitos de internacionalización empresarial. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*, (8), 225-256.
- Morón Martín, M. (2011). Perfiles profesionales en Traducción e Interpretación: análisis DAFO en el marco de la sociedad multilingüe y multicultural. *La Linterna del Traductor*, 4, s. p.
- Muñoz-Miquel, A. (2015). El desarrollo de la competencia traductora a través de la socialización con el experto en la materia: una experiencia didáctica. *JoSTrans*, (23), 333-351.
- Orts Llopis, M. Á. (2016). El traductor y el comercio internacional. *Quaderns de Filologia-Estudis Lingüístics*, 21, 247-265.
- PACTE, Grupo (2003). Building a Translation Competence Model. En F. Alves (Ed.), *Triangulating translation: perspectives in process oriented research* (pp. 43-66). John Benjamins Publishing Company.
- Pinto, M, Gálvez, C. y Dijk, T. V. (1996). *Análisis documental de contenido: procesamiento de información*. Síntesis.
- Rodríguez Martínez, M. C. (2016). Competencias y recursos para la práctica eficiente de la traducción profesional (parte II). *Entreculturas. Revista de Traducción y Comunicación Intercultural*, (7-8), 259-277.
- Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) (s.f.). *Competencias del Grado en Traducción e Interpretación*. <https://www.educacion.gob.es/ruct/solicitud/competencias?actual=menu.solicitud.competencias.generales&tipo=G&cod=25013172015120101>. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.
- Rodríguez-Faneca, C., y Martín Martín-Mora, C. (2023). La traducción automática y la posesión en el marco de la enseñanza híbrida: una perspectiva colaborativa e instrumental. *redit-Revista Electrónica de Didáctica de la Traducción y la Interpretación*, (17), 55-68.
- Rodríguez-Faneca, C. y Martín Martín-Mora, C. (s. f.). *Integración de la práctica profesional en la formación académica de traductores e intérpretes*. Material no publicado.
- Solano Sánchez, M. Á. (2013). *Exportar es fácil, si sabes cómo. Guía rápida de exportación*. Amazon, edición Kindle.

Universidad Pablo de Olavide (2023). *Informe de seguimiento 2020/2021*. Informes de seguimiento anual del título y planes de mejora. <https://bitly.ws/3aIqX>

Vivas, A. J. (2009). Reflexiones sobre la necesidad de acercamiento entre universidad y mercado laboral. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50(1), 1-8.

