



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

El traductor e intérprete emprendedor:
análisis de la supervivencia de las
empresas y los empresarios autónomos

Clara Gieure Sastre



Tesis

Doctorales

www.eltallerdigital.com

UNIVERSIDAD de ALICANTE



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Departamento de Traducción e Interpretación
Facultad de Filosofía y Letras

**EL TRADUCTOR E INTÉRPRETE EMPRENDEDOR:
ANÁLISIS DE LA SUPERVIVENCIA DE LAS EMPRESAS
Y LOS EMPRESARIOS AUTÓNOMOS**

Clara Gieure Sastre

Tesis presentada para aspirar al grado de
DOCTORA POR LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE
MENCIÓN DE DOCTORA INTERNACIONAL

programa de doctorado 2509 en
Estudios de Traducción e Interpretación

Dirigida por

Dr. Pedro Mogorrón Huerta

Universitat d'Alacant

Dr. Domingo Ribeiro Soriano

Universitat de València



Cuando el mundo gira enamorado.
Semblanza de Victor Frankl
Rafael de los Ríos

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis doctoral va dedicada a las personas y las instituciones a las que quiero agradecer su apoyo a lo largo de todos estos años transcurridos, sin las cuales, no hubiese sido posible culminar este trabajo. Mi más sincero agradecimiento, en primer lugar, a Nacho, por su apoyo incesante, su comprensión y confianza que siempre ha depositado en mí, porque ser el compañero perfecto de esta gran aventura.

En segundo lugar, a mis directores de tesis, Pedro Mogorrón Huerta y Domingo Ribeiro Soriano, por todo su apoyo, sus sabios consejos y ánimos que me han transmitido durante estos años. A Pedro, por creer en este proyecto y estar siempre tan dispuesto, por su bondad y gran saber hacer. A Domingo, por todas sus enseñanzas, su hospitalidad, paciencia, dedicación y espíritu emprendedor que tanto le caracterizan. A Jasmina, por ejercer de mentora, persona de gran saber hacer a la que rindo otro especial agradecimiento.

A mis padres, Javier y Amparo, por todo lo que me han enseñado y, un especial agradecimiento por todo el apoyo que siempre me han brindado.

También quiero dedicar unas líneas al Padre Vicente Sastre, tío y referente, a quien he tenido presente en todo momento, aún sin estar él con nosotros, pues siempre ha sido un ejemplo de conocimiento y dedicación. Tampoco puedo olvidar al Padre Andrés, quien con su infinita bondad me ha guiado y enseñado, a él le estaré eternamente agradecida.

A todos los traductores e intérpretes emprendedores, quienes han sido mi referente profesional: Amparo Hurtado, Eivor Jorda, Emmuël Hazé, Marta Stelmaszak, Valeria Aliperta, Xosé Castro, Laura Atienza, Leon Hunter, Scheherezade Surià, Elena Fernández, y muchos otros que sigo recordando por su gran saber hacer.

Por último, aunque no por ello en último lugar, a las tres instituciones que han apoyado mi periodo de investigación: la Universidad de Alicante, l'Université de Paris 13, y muy especialmente, la Universidad Internacional de Cataluña, lugar donde he podido culminar con esta tesis doctoral y donde he contado con compañeras extraordinarias.

Estas palabras nacen, por una parte, con la intención de servir como referente a los traductores en ciernes que buscan respuestas a sus preguntas interiores; con estas líneas deseo servirles de ayuda para encontrar sus caminos, y por otra parte, para cubrir la laguna existente en la literatura sobre empresas y empresarios de traducción e interpretación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Índice de contenidos	vii
Índice de tablas y figuras	x
Índice de siglas	xii
Observaciones preliminares	xiii
Introducción	15
1. Justificación	16
2. Objetivos	18
3. Estructura	18
4. Metodología	22
5. Fuentes	22
6. Bibliografía	24
PARTE I. MARCO CONCEPTUAL	27
Capítulo I. La traducción y la interpretación	29
I.1. Introducción	29
I.2. Historia de la Traducción y la Interpretación	30
I.2.1. La traducción y la interpretación en Occidente y Oriente Medio	30
I.2.2. La traducción e Interpretación en el Oriente Lejano	39
I.3. La traducción y la interpretación: Definición, clasificación y modalidad	41
I.3.1. La traducción	42
I.3.2. Clasificación de la traducción	44
I.3.3. Modalidades de traducción	44
I.3.4. Tipos de traducción	45
I.3.5. Tecnologías de la traducción	47
I.3.6. La interpretación	51
I.3.7. Tipos de interpretación	53
I.3.8. Modalidades de interpretación	54
I.3.9. Avances en Interpretación: Community Interpreting	55
I.4. Conclusiones	57
I.5. Bibliografía	59
Capítulo II: Salidas profesionales de los traductores e intérpretes	65
II.1. Introducción	65
II.2. Análisis del mercado de la traducción e interpretación en España	66
II.2.1. Distribución del mercado de Tel	71
II.2.2. Distribución del sector: público y privado	74
II.2.3. Distribución del sector por género	75
II.2.4. Asociaciones y organizaciones del sector	76
II.2.5. Asociaciones de estudiantes	80
II.2.6. Sectores de demanda de servicios de traducción	80
II.3. Salidas profesionales del traductor e intérprete	82
II.3.1. Clasificación del mercado de traducción e interpretación	83
II.3.2. Trabajador autónomo y/o freelance	88
a. Normativa: cuotas a ingresar a la Seguridad Social de los Autónomos menores de 30 años	90
b. Normativa: cuotas a ingresar a la Seguridad Social de los autónomos mayores de 30 años	91
II.3.3. Trabajar en plantilla	93
II.3.4. Creación de una empresa de traducción e interpretación	97

a. Pasos para la creación de una empresa	99
b. Vademecum para la creación de una empresa según Gouadec	102
c. Pasos para la creación de un gabinete de TeI	105
II.3.5. Sector público en España	106
II.3.6. Sector público en instituciones europeas	108
II.3.7. La traducción y la interpretación en los organismos internacionales	113
II.4. Nuevos mercados laborales	117
II.4.1. Mercado en la Web 2.0	117
II.4.2. Herramientas de comunicación interactivas	119
a. Redes sociales	119
b. Blogs: personales, profesionales y académicos	121
II.4.3. Networking del emprendedor	124
II.5. Retos del sector de la TeI: el Intrusismo	128
II.6. Conclusiones	132
II.7. Bibliografía	133
Capítulo III: La formación en emprendimiento en la educación superior	143
III.1. Introducción	143
III.2. La formación en emprendimiento	143
III.2.1. Aprender a emprender	145
III.2.2. Universidad emprendedora	146
III.2.3. Programas de apoyo al emprendedor	150
III.3. Tipos de formación en emprendimiento	154
III.4. Otro tipo de formación: Aprendizaje permanente	157
III.5. La formación en los estudios de Traducción e Interpretación en España	160
III.5.1. Estudio de caso: La Universidad de <i>Ghent</i>	169
III.5.2. Tipos de formación en emprendimiento para traductores e intérpretes	172
III.5.3. Empresas especializadas en formación	175
III.5.4. Casos de estudio: traductores <i>freelance</i> del ámbito nacional e internacional que ofrecen formación	178
III.6. Conclusión	181
III.7. Bibliografía	182
III.8. Portales web y Blogs de formación en emprendimiento	188
III.8.1. Sitios web de los centros de emprendimiento de las universidades	188
III.8.2. Blogs de traductores e intérpretes consultados y sitios web de formación	189
Capítulo IV. Emprendimiento, Creación y Supervivencia de las empresas	191
IV.1. Introducción	191
IV.2. Emprendimiento: Definición y clasificación	192
IV.3. El emprendedor ¿nace o se hace?	198
IV.4. Emprendimiento por oportunidad o por necesidad	200
IV.5. Proceso de creación de un negocio	204
IV.6. La innovación en el contexto emprendedor	208
IV.6.1. Definición de innovación	209
IV.6.2. Tipos de innovación	212
IV.7. Supervivencia de las empresas	214
IV.8. Factores de supervivencia de las empresas y de los emprendedores	218
IV.8.1. Tamaño de la empresa	220
IV.8.2. Género	221
IV.8.3. Formación empresarial	224
a. Formación en gestión empresarial	225
b. Formación en negocios y servicios	225
IV.8.4. Antecedentes empresariales	226

IV.8.5. Inversión económica	228
IV.8.6. Herramientas Web 2.0	230
IV.9. Conclusiones	233
IV.10. Bibliografía	234
PARTE II. MARCO METODOLÓGICO Y ANALÍTICO. DISEÑO Y RESULTADOS DEL TRABAJO EXPLORATORIO	249
Capítulo V. Factores que inciden en la supervivencia de las empresas y los empresarios autónomos: análisis cualitativo comparativo con fs/QCA	251
V.1. Introducción	251
V.2. Objetivo	252
V.3. Diseño, análisis y muestra del estudio empírico preliminar	253
a. Estudio preliminar 1	253
b. Estudio preliminar 2	257
V.4. Diseño del estudio empírico	263
V.5. Muestra y análisis de datos	266
V.6. Metodología	273
V.7. Análisis cualitativo comparativo: Fuzzy-Set (fsCQA)	275
V.8. Resultados	281
V.9. Discusión de los resultados	282
V.10. Implicaciones	286
V.11. Limitaciones y futuras líneas de investigación	288
V.12. Bibliografía	291
Capítulo VI. Conclusiones finales	293
VI.1. Conclusiones finales	293
VI.2. Implicaciones	298
VI.3. Limitaciones y futuras líneas de investigación	299
Bibliografía General	301
a. Bibliografía sobre Traducción e Interpretación	301
b. Bibliografía sobre Emprendimiento	310
Anexos	325
Anexo I. Cuestionario del estudio preliminar 1	325
Anexo I.a. Muestra de las respuestas obtenidas del cuestionario 1	329
Anexo II. Cuestionario del estudio preliminar 2	330
Anexo II.a. Muestra de las respuestas obtenidas del cuestionario 2	333
Anexo III. Cuestionario del estudio empírico	334
Anexo III.a. Muestra de las respuestas obtenidas del cuestionario	336
Anexo IV. Codificación de las condiciones causales y el rendimiento del estudio	337
Separata. Summary, introduction and conclusions in English as required for the International Doctorate mention	339
1. Abstract	339
2. Introduction	340
2.1. Rationale	341
2.2. Objectives	342
2.3. Structure	342
2.4. Methodology	345
3. Results and conclusions of the empirical study	346
4. Final conclusions and implications	349
5. Limitations and future lines of research	350
6. Bibliography	351

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Introducción

Tabla 1. Estructura de la tesis	19
Tabla 2. Cuadro resumen de la metodología del estudio empírico	22

Capítulo I.

Tabla 1. Tipos de traductología	39
Tabla 2. Categorías de clasificación de las variedades de traducción	44
Tabla 3. Modalidades de traducción	45
Tabla 4. Tipos de traducción y su campo de especialidad	46
Tabla 5. Herramientas de TAO. Definición y tipos	47
Tabla 6. Tipos de interpretación	53
Tabla 7. Técnicas de interpretación	54

Capítulo II.

Tabla 1. Crecimiento del mercado global entre 1999-2002	68
Tabla 2. Sector de la TeI en 2005	68
Tabla 3. Empresas y autónomos dados de alta entre 2008 y 2014	69
Tabla 4. Principales empresas de TeI en España por facturación	70
Tabla 5. Total de empresas y empresarios autónomos en 2010	71
Tabla 6. Relación de empresas por Comunidad Autónoma	75
Tabla 7. Países con asociaciones de traductores e intérpretes: número y miembros	76
Tabla 8. Asociaciones españolas de traductores e intérpretes	77
Tabla 9. Asociaciones internacionales de traductores e intérpretes	78
Tabla 10. Asociaciones de Estudiantes de Traducción e Interpretación	80
Tabla 11. Estudio de la demanda empresarial	81
Tabla 12. Puestos de trabajo anunciados en Canadá (2000-2002)	82
Tabla 13. Salidas profesionales de los traductores e intérpretes	86
Tabla 14.a. Sociedades mercantiles	98
Tabla 14.b. Sociedades mercantiles especiales	99
Tabla 15. Pasos para la creación de empresa	100
Tabla 16. Vademecum para la creación de una empresa de TeI	103
Tabla 17. Pasos para la creación de un gabinete de TeI	106
Tabla 18. Datos registrados por la DGT entre el periodo 2013-2015	109
Tabla 19. % de volumen de trabajo para cada lengua y páginas traducidas	112
Tabla 20. Millones de blogs en el mundo desde 2006 a 2011	122
Figura 1. Estructura de red de la producción de las traducciones por traductores autónomos	96
Figura 2. Network del creador de una empresa	126

Capítulo III.

Tabla 1. <i>Entrepreneurship in Higher Education in Spain</i>	149
Tabla 2. Estudiantes matriculados, por centro y promoción	162
Tabla 3. Indicador de alumnos matriculados por primera vez en universidades públicas entre los cursos 2011 y 2014	163
Tabla 4. Indicador de alumnos matriculados en universidades privadas entre 2011-2014	164
Tabla 5. Relación de másteres, años y alumnos matriculados	165

Figura 1. <i>The roles of enterprise education</i>	154
Capítulo IV.	
Tabla 1. Cuadro resumen de las definiciones de emprendimiento	195
Tabla 2. Niveles de análisis del emprendimiento	196
Tabla 3. Enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas	197
Tabla 4. Elementos del proceso emprendedor	204
Tabla 5. Proceso de creación de un negocio	205
Tabla 6. Modelo de investigación	206
Tabla 7. Intenciones o motivaciones del emprendedor	232
Capítulo V.	
Tabla 1. Relación de ítems e indicadores del estudio preliminar 1	253
Tabla 2. Relación de ítems e indicadores del estudio preliminar 2	258
Tabla 3. Resumen de los datos recogidos en el estudio preliminar 1 y 2	261
Tabla 4. Relación de ítems, tipo de ítem y constructo	264
Tabla 5. Relación de variables de análisis, proposiciones, ítems de referencia e indicadores de la respuesta	276
Tabla 6. Tabla de verdad	279
Tabla 7. Valoración individual de las condiciones (factores/variables)	280
Tabla 8. Relación de configuraciones y condiciones antecedentes	281
Gráfico 1. Localización de los empresarios y autónomos en España	267
Gráfico 2. Localización de los empresarios y autónomos en el mundo	267
Gráfico 3. Género de la muestra	268
Gráfico 4. Empleados en plantilla	269
Gráfico 5. Intrusismo	269
Gráfico 6. Relación de antigüedad de las empresas y/o autónomo	270
Gráfico 7. Estudios cursados por los participantes	271
Gráfico 8. Formación en emprendimiento	272
Gráfico 9. Supervivencia de la empresa	272
Gráfico 10.a. Uso de la Web 2.0	273
Gráfico 10.b. Uso de las redes sociales	273
Separata.	
Table 1. Structure of the thesis	343
Table 2. Empirical study: Instrument, sample and data	346
Table 3. T&I firms Survival factors	346

ÍNDICE DE SIGLAS

ACT	Agrupación de Centros Especializados de Traducción
ANETI	Asociación Española de Empresas Traductores e Intérpretes
CE	Comisión Europea
DG	Dirección General
DGIPYME	Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa
DOUE	Diario Oficial de la Unión Europea
EC	European Commission
EUTI	Escuela Universitaria de Traductores e Intérpretes
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
INE	Instituto Nacional de Estadística
LO	Lengua Origen
LT	Lengua Meta
MT	Memorias de Traducción
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OECD	Organization for the Economic Cooperation and Development
ONU	Organización de Naciones Unidas
OTAN	Organización del Tratado del Atlántico Norte
SCIC	Dirección General de Interpretación
TA	Traducción Automática
TAO	Traducción Asistida por Ordenador
Tel	Traducción e Interpretación
TO	Texto Origen
TT	Texto Meta
UAB	Universitat Autònoma de Barcelona
UA	Universitat d'Alacant
UB	Universitat de Barcelona
UCO	Universidad de Córdoba
UE	Unión Europea
UEM	Universidad Europea de Madrid
UEV	Universidad Europea de Valencia
UGR	Universidad de Granada
UJI	Universitat Jaume I
ULPGC	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
UV	Universitat de València

OBSERVACIONES PRELIMINARES

Para facilitar la lectura de esta tesis, se utilizan distintas tipografías para títulos y subtítulos, citas literales, nombres de las tablas, figuras y gráficos, y sus fuentes. Para las numeraciones se utiliza la viñeta con forma de rombo.

En lo que respecta a otras convenciones ortotipográficas, se utilizan las comillas angulares («») para reproducir las palabras de otros autores en lengua española y francesa y para indicar que alguna palabra se está usando con un matiz especial; por otra parte, se utilizan las comillas rectas ("") para aquellas citas en lengua inglesa; cursiva para palabras en otros idiomas (salvo en citas y ejemplos) y para destacar conceptos que se van introduciendo; negrita en títulos, subtítulos y otros apartados dentro de estos, en la numeración de tablas y figuras y sus fuentes, y para destacar palabras clave que ayuden a seguir el hilo principal cuando se extienden bastante los puntos intermedios. Finalmente, para favorecer la legibilidad en las distintas versiones depositadas, se utiliza la fuente Serif Cambria un tipo de letra apta para la lectura en pantalla de la copia digital y para la copia en papel. La numeración de las páginas de la copia en papel puede variar respecto a la copia digital por la inclusión de hojas en blanco durante la maquetación necesaria para la impresión en papel. Respecto al uso discursivo, siguiendo el estilo del lenguaje académico, se ha utilizado la forma discursiva impersonal, y la primera persona del plural, para que la lectura resulte más variada y amena e implique al lector de esta tesis doctoral.

El tipo de citación en el texto y el formato de las citas contenidas en la bibliografía siguen el estilo de la *American Psychological Association*, edición sexta. Respecto al orden de enumeración de las citas dentro del texto, se ha ordenado por antigüedad, es decir, de las citas más antiguas a las más recientes. Por último, cada capítulo de esta tesis detalla la bibliografía consultada, y a su vez, al final de esta tesis se encuentra un apéndice con la bibliografía general que se divide en dos apartados: del primero sobre traducción, y el segundo sobre emprendimiento.

Introducción

Estas primeras líneas introductorias tienen como objeto guiar al lector a lo largo de esta tesis doctoral. El objeto de estudio se centra en conocer a las empresas y a los empresarios autónomos del sector de la traducción e interpretación, por lo tanto, se considera necesario estudiar las dos áreas de conocimiento que ocupan a esta tesis doctoral, por una parte la traducción e interpretación, que se estudiarán desde sus orígenes y hasta el ejercicio de la profesión actual, y por otra parte, el emprendimiento, que se estudiará desde la perspectiva de la empresa y del autónomo.

Se trata de dos áreas de conocimiento que no comparten su fundamento teórico; no obstante, en relación a la práctica profesional, el emprendimiento es hoy un área transversal, una competencia básica que traductores e intérpretes estudiantes así como profesionales deben adquirir. La Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación incluye para el Grado de Traducción e Interpretación tres competencias transversales sistemáticas que los estudiantes deben obtener: 1) creatividad, 2) iniciativa y espíritu empresarial, y 3) liderazgo (Aneca, 2004: 82). Por otro lado, las instituciones europeas, defienden que la formación en emprendimiento es el motor para la recuperación económica y la vía hacia el progreso de todos los países (European Commission, 2013) una afirmación que como veremos, están teniendo muy en cuenta tanto académicos, profesionales de los distintos sectores de actividad económica como autoridades políticas.

En este contexto, veremos cómo contribuye la formación en emprendimiento al éxito de los traductores e intérpretes, pues esta formación, bien se adquiera por competencias universitarias o por otras vías les ayudará a establecer su negocio como empresarios autónomos, a crear una empresa de traducción e interpretación, e incluso a desarrollar habilidades que les ayudará en su vida cotidiana.

El fin de esta formación emprendedora no es otro sino el de generar dinamismo empresarial; es decir, promover, en primer lugar, la creación de empresas, en segundo lugar, la supervivencia de las mismas una vez han sido creadas, y en tercer lugar, la adquisición de las destrezas emprendedoras que pueden aplicarse a lo largo de la vida. En definitiva, este tipo de formación está orientado a promover la actividad empresarial, la supervivencia y el éxito

empresarial y el desarrollo personal (Reid y Smith, 2000; Schutjens y Wever, 2000; Elmuti et al, 2012; Ramayah et al, 2012).

En esta tesis doctoral responderá, por consiguiente, a la siguiente pregunta de investigación ¿qué factores de las empresas y de los empresarios contribuyen al dinamismo empresarial? y, más concretamente, en este estudio nos centraremos en los factores que contribuyen a la supervivencia de los empresarios.

1. Justificación

Estudiosos del sector de la traducción e interpretación, como Kelly (2000), Hurtado (2003) o Gouadec (2007) coinciden en la falta de entendimiento entre la profesión de traductor e intérprete y la academia. La profesión acusa a la academia de realizar estudios de poca o nula utilidad para la vida real, y sectores de la academia se empeñan en hacer caso omiso de la realidad a la que han de incorporarse sus graduados, en aras a la trasnochada idea de la superioridad de la teoría sobre la práctica.

En este contexto, y para dar voz a un área de la traducción e interpretación poco investigada, hemos querido conocer los aspectos que envuelven a la profesión. Otros autores que también han realizado estudios al respecto y que han tratado algunos aspectos que envuelven a la profesión del traductor e intérprete son, por ejemplo, los trabajos sobre: historia y evolución de las empresas de traducción (Quesnel-Bénard, 1976; Davico, 2005); el proceso de trabajo (*workflow*) y operaciones ordenadas en una secuencia de actividades productivas (Contreras, 1999; Austermühl, 2001; Cadieux, 2004; Gouadec, 2002, 2005a, 2005b, 2007); gestión de empresas de traducción (Arevalillo 2003a, 2003b; Gouadec, 2005b, 2007b; Risku 2002, 2007; Risku y Wimmer, 2006; Risku et al. 2007; Risku y Dickinson 2009); herramientas electrónicas (Piqué, 2005; Dubois et al. 2007); la descripción de los puestos de trabajo internos (Hermans y Lambert, 1998; Stelmach, 2000; Hébert-Molloch, 2004; Dam y Zethsen, 2008, 2009); y el control de calidad, eficiencia y rendimiento (Ørsted, 2001).

La mayoría de estos trabajos se centran en aspectos internos de las empresas y aunque realizan una gran aportación de valor, todavía no hemos encontrado un

trabajo que estudie cómo perduran las empresas en el tiempo, es decir, la supervivencia de las empresas de traducción e interpretación y los factores y/o variables que inciden en su supervivencia. La literatura relativa a la supervivencia o duración de las empresas de traducción e interpretación es todavía prácticamente inexistente. Como estudian algunos trabajos que acabamos de citar, el mercado laboral de este sector abarca diversidad de puestos de trabajo pero la creación de empresas y la duración de estas mismas es un área de la profesión poco explorada.

Por ello, el presente estudio pretende cubrir la laguna existente en la literatura sobre creación de empresas y supervivencia de las mismas, una salida profesional que además de hacer frente al desempleo, contribuye activamente a crear conocimiento y riqueza en los países.

El interés y necesidad por comprender la actividad emprendedora y el proceso de creación de empresas ha ido adquiriendo una considerable relevancia social en las últimas décadas, sobre todo, en una época donde la economía está basada en el conocimiento. Europa hunde sus raíces en el Consejo Europeo de Lisboa de 2000, que acordó convertir a Europa en la *“economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo”*. Más recientemente la Comisión Europea ha planteado que Europa necesita más emprendedores *“para recuperar el crecimiento y lograr un alto nivel de empleo”* (Comisión Europea, 2013: 3). Este plan está fundamentado en tres pilares: 1) la educación y la formación en materia de emprendimiento; 2) el entorno empresarial favorable; y 3) actuaciones hacia grupos específicos. Además, el interés por el emprendimiento viene avalado por el extenso número de investigaciones que constatan la relación entre el emprendimiento y el crecimiento económico y, por tanto, como vía para dar solución a problemas como la elevada tasa de paro juvenil y las disparidades en el desarrollo económico y regional (Chin, Raman, Yeow y Eze, 2012; Minniti, 2013).

Estos tres pilares van a ser objeto de estudio en este trabajo pues trataremos: 1) la importancia de la formación en emprendimiento para traductores e intérpretes; 2) la creación de empresas como una salida profesional; y, 3) los factores que inciden en la supervivencia de una empresa o empresario autónomo de traducción e interpretación en España.

Esta tesis doctoral nace pues con la intención de examinar 1) el perfil profesional de los traductores e intérpretes, y más concretamente, el perfil de los empresarios y empresarios-autónomos y 2) analizar la supervivencia de las empresas o emprendedores autónomos de traducción e interpretación. El porqué de esta tesis obedece igualmente a la creencia de que la universidad, la mayor institución de transferencia de conocimiento, tiene el compromiso de ofrecer conocimientos teóricos y prácticos sobre el mundo profesional y juega un papel fundamental en nuestra sociedad.

2. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar cómo ciertos factores inciden en la supervivencia de las empresas y empresarios-autónomos. Entre los factores objeto de estudio, analizamos variables de tres tipos: a) de capital humano: la formación en gestión empresarial del traductor, los antecedentes empresariales del empresario-emprendedor, la utilización de redes sociales y el uso de web 2.0; b) contingentes: el tamaño de la empresa y el género de este/a empresario/a-emprendedor/a; y c) la inversión económica realizada en el proyecto empresarial. En definitiva, este trabajo persigue conocer a los empresarios, bien sean empresarios fundadores y/o socios de una empresa o empresarios autónomos, y a sus empresas de traducción e interpretación.

Para ello y como objetivos secundarios vamos a:

- 1) analizar la situación actual del mercado de la traducción e interpretación, y las salidas profesionales que ofrece el mercado;
- 2) estudiar cómo se crea una empresa de traducción e interpretación y cómo se establecen los trabajadores autónomos;
- 3) examinar la oferta de formación en emprendimiento para traductores e intérpretes ya sean estudiantes universitarios o profesionales de esta área.

3. Estructura

Esta tesis doctoral se divide en dos bloques. El primer bloque, el marco conceptual, recoge los fundamentos teóricos que van a respaldar los objetivos planteados de este trabajo, y que a su vez nos ayudarán a reflexionar sobre las

conclusiones generales; esta revisión de la literatura se divide en cuatro capítulos. El segundo bloque de esta tesis doctoral se divide en dos capítulos. El primero presenta, en primer lugar, el estudio piloto preliminar llevado a cabo, para después describir con más detalle el estudio empírico de esta tesis, que se fundamenta a partir de las preguntas de investigación y proposiciones planteadas en los capítulos IV y V. La tabla 1 nos muestra la división de los dos bloques, teórico y empírico, y los capítulos que conforman cada bloque:

Tabla 1. Estructura de la tesis

Fundamentos teóricos	Estudio empírico
Cap. I. La traducción y la interpretación	Cap. V. Factores que inciden en la supervivencia de las empresas y los empresarios autónomos: Análisis cualitativo comparativo con fs/QCA
Cap. II. Salidas profesionales de los traductores e intérpretes	Cap. VI. Conclusiones finales
Cap. III. La formación en emprendimiento en la educación superior: análisis de los programas de formación para traductores e intérpretes	
Cap. IV. Emprendimiento, creación y supervivencia de las empresas	

Fuente: Elaboración propia

En el primer capítulo de este bloque realizamos una revisión bibliográfica entorno a las definiciones, clasificaciones y modalidades de traducción e interpretación. Pero antes de definir y explicar qué es traducir e interpretar, hacemos un breve repaso a la historia de los traductores e intérpretes y a sus inicios y evolución en oriente y occidente con el fin de demostrar que se trata de dos profesiones que cuentan con una larga historia. Esta historia se remonta a épocas de los faraones egipcios en Oriente Medio cuando ya se reconocía la figura del intérprete o *trujimán*, y en el Oriente Lejano al periodo de la dinastía Zhou (s.XI a.C.-256 a.C.). Finalmente, veremos cuáles son las novedades actuales de las profesiones, es decir, las últimas tendencias de las mismas.

En el segundo capítulo de este bloque exploramos las salidas profesionales que ofrece hoy el mercado laboral para traductores e intérpretes y concretamente, ofreceremos información más detallada sobre los pasos a seguir para emprender bien como propietario de una empresa o como trabajador por cuenta propia, o lo

que es lo mismo, autónomo o *freelance*. En este capítulo veremos que la opción de emprender, es decir, montar una agencia o trabajar como empresario autónomo ha cobrado mucho interés en los últimos años pese a la volatilidad que presentan los mercados nacionales e internacionales. Estudiamos esta opción laboral en concreto porque además de ser objetivo de esta tesis doctoral, queremos aportar con este trabajo información de interés sobre el mercado de la traducción e interpretación y las salidas profesionales más comunes.

En el tercer capítulo, abordamos uno de los objetivos secundarios que es analizar la oferta de formación en emprendimiento para traductores e intérpretes, estudiantes universitarios o profesionales de esta área. Como veremos, la formación es la clave para adquirir conocimiento, aprender a crear una empresa o a establecerse como autónomo, y en definitiva, es un factor que contribuye al éxito empresarial pues el conocimiento puede enseñar, entre otras cosas, a dirigir y gestionar la empresa (Johannisson, 1991; Kuratko, 2005; Dickson, Solomon y Weaver, 2008; Drucker, 2015). Este capítulo está dividido en dos apartados: 1) un primero donde exploramos el significado y los tipos de formación en emprendimiento; presentamos la importancia de las instituciones educativas en la transmisión de estos conocimientos; y repasamos la oferta de formación de algunas universidades; 2) en el segundo apartado, analizamos la oferta de formación en emprendimiento para traductores e intérpretes y para ello detallaremos quién ofrece esta formación, cómo y dónde pueden acceder a ella.

Por último, en el cuarto capítulo, vamos a concluir este primer apartado revisando la literatura sobre emprendimiento que es el centro de la actividad económica global pues como afirman distinguidos estudiosos como Wennekens y Thurik, (1999), Audretsch y Keilbach (2004), Van Stel, Carree y Thurik (2005), Wennekens et al (2005) desde los años 80 se reconoce que las pequeñas y las medianas empresas son un elemento clave del desarrollo económico y social. En este contexto, vamos a responder en el primer bloque a las siguientes preguntas: ¿qué es emprender?, ¿el emprendedor nace o se hace? ¿cuál es el proceso de creación de un negocio? ¿cuál es la relación entre el emprendimiento y la innovación?. En un segundo bloque nos centraremos en los atributos de las empresas y de los empresarios que influyen en su supervivencia, a saber: el

tamaño, el género, los antecedentes empresariales, la financiación, la inversión económica y el uso de la Web 2.0 y las redes sociales. Cada uno de estos atributos conforma las proposiciones o hipótesis de estudio que planteamos en esta tesis doctoral y que estudiamos y analizamos empíricamente para finalmente demostrar si estas proposiciones se cumplen o no.

El quinto capítulo, forma parte del segundo bloque y recoge el análisis y desarrollo del estudio empírico. En primer lugar, exponemos los objetivos; a continuación, describimos nuestro estudio piloto, es decir, explicamos cómo hemos llevado a cabo la fase preliminar que conforma el estudio piloto en el que diseñamos dos encuestas que después testeamos con dos grupos de población distintos; esta primera fase nos conduce a diseñar el estudio principal que abarcamos en esta tesis y a crear una nueva y única encuesta mejorada. A este nuevo estudio nos referiremos en adelante como «estudio empírico». Por lo tanto, seguimos este capítulo describiendo el diseño del estudio empírico, cuál fue la muestra y cómo fue analizada, mostramos los datos obtenidos, y describimos la metodología empleada para el tratamiento y el análisis de los datos. Finalmente, tras este análisis exponemos los resultados obtenidos, la discusión de los resultados, las implicaciones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

Por último, el sexto capítulo finaliza este segundo bloque con las conclusiones generales derivadas tanto de la revisión bibliográfica como del estudio y el análisis exploratorio de los datos obtenidos y que conforman el grueso de esta tesis. Las conclusiones nos hacen llegar también a plantear algunas implicaciones para los traductores e intérpretes y la comunidad académica, así como algunas limitaciones y futuras líneas de investigación.

Esta tesis, además, de las partes que acabamos de describir también contiene una parte en inglés, que ha sido elaborada en esta lengua para aspirar al título de Doctor Internacional y seguido de un periodo de investigación de tres meses en un país extranjero, es este caso, en la Universidad de Paris 13. Esta última sección en inglés contiene un breve resumen general, la introducción, las conclusiones y la discusión de esta misma tesis.

4. Metodología

Para alcanzar los objetivos planteados analizaremos qué combinación de las variables de análisis influyen en la supervivencia de las empresas de traducción e interpretación o empresarios autónomos. El método de análisis que utilizamos es el programa de análisis cualitativo comparativo fuzzy set (fs/QCA). Este método permite estructurar las posibles soluciones en configuraciones estructurales que optimizan el resultado analizado, y estructura el rendimiento expresado en la supervivencia empresarial o duración de la empresa en el tiempo.

Nuestro análisis se centra en una pequeña pero, de acuerdo con la literatura (Meyer et al, 1993), suficiente muestra de 46 empresas y empresarios-autónomos de traductores e intérpretes de España. Sin embargo, tras recoger todos los datos de la muestra registramos un pequeño porcentaje de respuestas procedentes de países de Europa, América Latina y Estados Unidos; aún así, en adelante nos referiremos a España cuando describamos la población del estudio. El instrumento de medida es un cuestionario cuyas variables fueron elaboradas a partir de la literatura existente sobre supervivencia de empresas. El método de recogida de datos fue a través de una herramienta informática de creación de cuestionarios y almacenamiento de respuestas en su propia base de datos electrónica¹.

Tabla 2. Cuadro resumen de la metodología del estudio empírico



5. Fuentes

Entre las distintas fuentes empleadas para el desarrollo de esta tesis doctoral y para realizar la revisión de la literatura hemos consultado, principalmente,

¹ La herramienta utilizada es Google Formularios. En el capítulo sexto se explica cómo difunde el cuestionario y cómo se almacenan las respuestas.

revistas científicas y académicas de las áreas de las Ciencias Sociales entre ellas, la Educación, la Economía y la Gestión Empresarial, y de las Letras, la Traducción y la Interpretación. Para obtener este tipo de información hemos realizado búsquedas sistemáticas en motores de búsqueda como la *Web of Science*, *Scopus*, *Ebsco*, *Science Direct* o *Google Scholar*. Muchas de las revistas consultadas del área de la Economía y Creación de Empresas están indexadas en el SSCI –Social Science Citation Index. En cuanto a las revistas de Traducción e Interpretación, hemos consultados entre otras: *Translation Studies*, *Meta*, *Cuadernos de Traducción*, *Monti –Monografías de Traducción e Interpretación*, *Hermeneus*, *The Interpreter’s Newsletter*, *Perspectives*, *Entreculturas* e *Intralínea*, entre las cuales algunas también son revistas con índice de impacto.

Entre otras fuentes bibliográficas consultadas figuran libros blancos de Traducción e Interpretación, así como libros blancos publicados por las instituciones europeas. Informes, artículos periodísticos, libros, etc. conforman los distintos apartados de referencias bibliográficas que se describen al final de cada uno de los capítulos de esta tesis doctoral. Por último quisiéramos hacer referencia a las fuentes consultadas para extraer algunos de los datos estadísticos aportados como son el INE –Instituto Nacional de Economía; el Anuario Estadístico de la Subdirección de Estadística y Estudios del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; y la base de datos estadística de Cataluña, Idescat – Institut d’Estadística de Catalunya.

6. Bibliografía

- Aneca (2004). Libro blanco: *Título de grado en traducción e interpretación*. Ministerio de Educación.
- Arevalillo Doval, J.J. (2003a). La gestión de proyectos en el ámbito de la traducción empresarial. En: Corpas Pastor, G. y Varela Salinas, M.J. (eds.). *Entornos informáticos de la traducción profesional: las memorias de traducción*, pp. 5-46. Granada: Atrio.
- Arevalillo Doval, J.J. (2003b). Las tecnologías de la traducción: aspectos profesionales. En: Corpas Pastor, G. y Varela Salinas, M.J. (eds.). *Entornos informáticos de la traducción profesional: las memorias de traducción*, pp. 237-263. Granada: Editorial Atrio.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship capital and regional growth: An evolutionary interpretation. *Journal of Evolutionary Economics*, 14(5), 605-616.
- Austermühl, F. (2001). *Electronic tools for translators*. Manchester, UK y Northampton, MA: St Jerome Publishing.
- Birch, D.L. (1979). *The job generation process*. Cambridge (MA), MIT.
- Birley, S. (1987). New ventures and employment growth. *Journal of Business Venturing*, 2(2), 155-165.
- Cadieux, P. (2004). Globalization is here! Part I: The year of content. *The LISA Newsletter: Globalization Insider*, XIII/2.1. URL: <http://www.translationdirectory.com/article381.htm> Consulta: 12/09/2014
- Chin, S.T.S., Raman, K., Yeow, J.A., y Eze, U.C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 261-267.
- Comisión Europea (2013). Plan de acción sobre Emprendimiento 2020: Relanzar el espíritu emprendedor en Europa. Bruselas, 9.1.2013. COM(2012) 795 final.
- Contreras, J.P. (1999). *Fonaments de la localització de software*. Trabajo de investigación de doctorado. Departament de Traducció i d'Interpretació. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Contreras, J.P. (2002). El mercado laboral en el sector de la localización. En: Amparo Alcina Caudet, y Silvia Gamero Pérez (eds.). *La traducción científico-técnica y la terminología en la sociedad de la información*. Castelló: Universitat Jaume I.
- Dam, H.V. y Zethsen, K.K. (2008). Translator status: A study of Danish company translators. *Translator*, 14(1), 71-96.
- Dam, H.V. y Zethsen, K.K. (2009). Who said low status? A study of factors affecting the perception of translator status. *JoSTrans. The Journal of Specialised Translation*, 12(1), 1-35.
- Dickson, P.H., Solomon, G.T., y Weaver, K.M. (2008). Entrepreneurial selection and success: Does education matter?. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 239-258.
- Drucker, P. (2015). *Innovation and entrepreneurship*. London and New York: Routledge.
- Dubois, L., Leblanc, M. y Malaboza, S. (2007). Translation studies: A gateway to understanding language ideologies and social categorization. Ponencia en el Quinto Congreso de la EST "Why Translation Studies Matter", Lubliana (Eslovenia), Lubliana (Eslovenia), 3-6 de septiembre de 2007.

- Ebner, M. y Maurer, H. (2008). Can microblogs and weblogs change traditional scientific writing? *Proceedings of Elearn*. Las Vegas.
- Ebner, M., Lienhardt, C., Rohs, M. y Meyer, I. (2010). Microblogs in Higher Education – a chance to facilitate informar and process oriented learning? *Computers and Education*, 55(1), 92-100.
- Elmuti, D., Khoury, G., y Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and ventures' effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 83-98.
- European Commission (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 9.1.2013. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>
- Fernández-Serrano, J. y Romero, I. (2012). Entrepreneurial quality and regional development: Characterising SME sectors in low income areas. *Papers in Regional Science*, 10.1111/j.1435-5957.2012.00421.x.
- Gouadec, D. (2002). *Profession: Traducteur*. Paris: La Maison du Traducteur.
- Gouadec, D. (2005a). Modélisation du processus d'exécution des traduction. *Meta*, 50(2), 643-655.
- Gouadec, D. (2005b). Modèle unifié d'exécution de prestations des traduction/traducteur avec applications à la pratique professionnelle et à la formation des traducteurs. *Meta*, 50(4), CD-ROM, 15 páginas.
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Hébert-Malloch, L. (2004). What do we know about a translator's day. *Meta*, 49(4), 973-979.
- Hermans, J. y Lambert, J. (1998). From translation markets to language management: The implications of translation services. *Target*, 10(1), 113-132.
- Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y Traductología. Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.
- Kelly, D. (2000). *La Traducción y la Interpretación en España hoy: Perspectivas profesionales*. Granada: Comares.
- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-598.
- Meyer, A.D., Tsui, A.S. y Hinings, C.R. (1993). Configurational approaches to organizational analysis. *Academy of Management Journal*, 36(6), 1175-1195.
- Minniti, M. (2013). *The Dynamics of entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor data*. Oxford University Press.
- Ørsted, J. (2001). Quality and efficiency: Incompatible elements in translation practice?. *Meta*, 46(2), 438-447.
- Piqué I Huerta, R. (2005). La importancia de les memories de traducció en els processos traductius automatizats. *Llengua i ús. Revista Técnica de Normalització Lingüística*, 21-26.
- Quesnel-Bédard, A. (1976). L'agence de traduction. *Meta*, 21(1), 77-80.

- Ramayah, T., Ahmad, N.H. y Fei, T.C.F. (2012). Entrepreneurship education: Does prior experience matter?. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 65-81.
- Reid, G.C. y Smith, J.A. (2000). The impact of contingencies on management accounting system development. *Management Accounting Research*, 11(4), 427-450.
- Reynolds, P.D., Bygrave, W., Autio, E., y Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor. 2002 Summary Report*. Ewin Marion Kauffman Foundation, Kansas City.
- Risku, H. (2002). Situatedness translation studies. *Cognitive Systems Research*, 3(3), 523-533.
- Risku, H. (2006). Cooperation and quality assurance in technical translation projects. *Language at Work – Bridging Theory and Practice*, 1, 15-19.
- Risku, H. (2007). The role of technology in translation management. En: Gambier, Y., Shlesinger, M., y Stolze, R. (eds.) Doubts and directions in translation studies. Selected contributions from the EST Congress, Lisbon 2004. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 85-98.
- Risku, H. y Dickins, An. (2009). Translators as networkers. En Dam, H.V. y Zethsen, K.K. (eds.) Translation Studies. Focus on the Translator, Hermes. *Journal of Language and Communication Studies* (special issue), 49-70.
- Risku, H. y Wimmer, P. (2006). Integrating technical communication into strategic information management. *tcworld*, 6/2006, 17-19.
- Risku, H., Dickinson, A. y Pircher, R. (2007). Intellectual capital in modern society. Knowledge management in translation studies. Ponencia en el Quinto Congreso de la EST "Why translation studies matter". Lubliana (Eslovenia) 3-6/09/2007.
- Schutjens, V.A. y Wever, E. (2000). Determinants of new firm success. *Papers in Regional Science*, 79(2), 135-159.
- Stelmach, M. (2000). Analiza i ocena organizacji czasu pracy (na przykładzie malego biura tłumaczen). Trabajo de fin de grado inédito. Wyższa Szkoła Bankowa w Poznani, Wydział Zamiejscowy w Chorzowie.
- Storey, D.J. (1988). The role of small and medium-sized enterprises in European job creation: Key issues for policy and research; en Giaoutz, M.; Nijkamp, P.; Storey, D.J.: *Small and medium size enterprises and regional development*, 140-160. London: Routledge.
- Van Stel, A., Carree, M., y Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth, *Small Business Economics*, 13(1), 27-56.
- Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, A.R. y Reynolds, P.D. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.

PARTE I. MARCO CONCEPTUAL



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Capítulo I. La Traducción y la Interpretación

“Translators are the shadow heroes of literature, often forgotten instruments that make it possible for different cultures to talk to one another, who have enabled us to understand that we all, from every part of the world, live in one world”.
Paul Auster

I.1. Introducción

La traducción y la interpretación son profesiones con una historia que se remonta a tiempos inmemoriales; son dos actividades humanas antiquísimas, llenas de avatares y de cambios (Hurtado, 2001). Incluso se dice que constituyen la segunda profesión más antigua del mundo (Kelly, 2000). Distintos autores nacionales como Vega (1994, 1996), García Yebra (1994), Santoyo (1999), Hurtado (2001), Lépinette y Melero (2003), e internacionales como Nida (1969), Ballard (1992), Woodsworth (1998) o Bastin (2008) han investigado entorno a la historia que envuelve a estas profesiones. Delisle (2003: 225) incluso plantea que cuentan con una historia que «no puede escribirse independientemente de la historia de los imperios, de las culturas, de las religiones, de las literaturas, de las ciencias o de los intercambios comerciales. [...] La traducción fue a menudo practicada, no es de asombrarse, en ciudades o países en los que confluía toda una gama de pueblos y culturas».

Estamos frente a dos disciplinas que, como veremos, se han afianzado tanto en la esfera académica, como en la profesional. Hemos observado la proliferación de definiciones así como de teorías que intentan sentar unas bases que todavía hoy siguen sin estar universalmente definidas. No obstante, y a pesar de esta falta de consenso internacional, cuentan con una historia que se remonta al menos hasta la época de los faraones del Antiguo Egipto (Ballard, 1992).

La traducción y la interpretación son dos actividades dinámicas, apasionantes para los amantes de las lenguas, de la comunicación, de la cultura, de la investigación y, sobre todo, del conocimiento. Como Ortega y Gasset (1983: 436) describió «el asunto de la traducción, a poco que lo persigamos, nos lleva hasta los arcanos más recónditos del maravilloso fenómeno que es el habla».

En este primer capítulo repasamos la historia de la Traducción y la Interpretación², un tema que por sí solo podría dar pie a distintas tesis doctorales aunque no es el objeto principal que nos ocupa sino tan solo sentar las bases de dos profesiones que cuentan con una larga historia y que definen lo que hoy se conoce como traductor e intérprete. Seguidamente y con el fin de comprender qué, cómo y cuáles son los campos de trabajo actuales de estas profesiones, repasaremos algunas de las definiciones y propuestas de clasificación más relevantes presentadas por eminentes traductólogos, para finalmente presentar las novedades y últimas tendencias de estas dos disciplinas.

I.2. Historia de la Traducción y la Interpretación

'Insight into history helps to develop a 'culture of translation'

D'Hulst

Aunque se traduce desde hace miles de años y las primeras reflexiones sobre la traducción se remontan a hace más de dos mil años, hasta los años sesenta no se inicia una reflexión de carácter más sistemático y no es hasta las tres últimas décadas cuando se consolida una disciplina específica que estudia la traducción en sus diversas manifestaciones: la Traductología (Ladmiral, 1995; Hurtado, 2001). Desde los primeros tiempos, traductores e intérpretes han estado presentes en documentos religiosos, intercambios comerciales, debates locales e internacionales, consejos de guerras y muchos otros acontecimientos relevantes para la historia de la humanidad lo cual otorga a esta disciplina un carácter fundamental para el progreso y la evolución del hombre (Delisle y Woodsworth, 2005).

I.2.1. La traducción y la Interpretación en Occidente y Oriente Medio

'Western Europe owes its civilization to translators'

Kelly, Louis

Un reciente trabajo del profesor Vega (2008) nos presenta dos clasificaciones que centran la historiografía de la traducción en occidente: la primera gira entorno a la historia, y la teoría de la recepción literaria y, la segunda, gira entorno a los

^{2 2} En adelante utilizaremos la abreviatura: Tel.

traductores, corriente que ha hecho su aparición recientemente entre historiadores de la traducción, especialmente a partir de la obra dirigida por Jean Delisle y Judith Woodsworth *Les Traducteurs dans l'histoire* (2005).

Otros autores, entre los que destacan Steiner (1975), Renier (1989), Mallafré (1991), Ballard (1992), Woodsworth (1998), Santoyo (1999, 2006), Delisle (2003), Lépinette y Melero (2003), han clasificado la historia de la traducción e interpretación en distintas etapas; no obstante, todos comparten un punto de partida: la traducción y el traductor. Realmente lo significativo de nuestra historia no es tanto una clasificación u otra sino todas y cada una de ellas pues como Bastin (2008) atestigua «la historia de la traducción es un pilar para el traductor, aprendiz y profesor de traducción», autor que además afirma que esta historia es la que otorga la cultura para que profesionales y profesores aprendan a *savoir-faire*. Por otra parte, Baigorri (2003) defiende que la historia forma parte del progreso de toda disciplina, pues contribuye a rescatar la memoria colectiva.

De entre las distintas clasificaciones, vamos a citar las de Santoyo (1987), Mallafré (1991) y Steiner (1975)³:

Santoyo (1987) enumera cuatro períodos en la historia de la traducción: el primer periodo es el de la traducción oral; el segundo, el de la traducción escrita; el tercer periodo es el de la reflexión que empieza con Cicerón, y el cuarto, el de la teorización que, según este autor, inicia Tytler (1793).

Mallafré (1991) propone cuatro etapas en la reflexión sobre la traducción: una etapa *empírica*, que empieza con Cicerón y en la que se establecen los dos criterios básicos de traducción (traducción literal y traducción libre); una etapa *filológico-filosófica*, que empieza a mitad del siglo XVIII y en la que se defiende la imposibilidad de la traducción y un literalismo culto; una etapa *lingüística*, que recoge las aportaciones de la lingüística moderna y critica la teoría literalista; y una última etapa de *últimas tendencias*, donde se complica la reflexión teórica de la comunicación, buscando cierta autonomía de la lingüística.

³ Este trabajo realiza una breve revisión de la historia. Citamos a estos tres autores pues han realizado estudios relevantes a la vez que esquematizados, con diferentes propuestas sobre el tema; aunque no podemos olvidar que otros estudiosos también han realizado aportaciones muy valiosas.

El tercer y último autor, Steiner (1975) en su obra *After Babel* propone una reagrupación de la historia en cuatro periodos donde no existen líneas divisorias entre la teoría, la práctica y la historia de la traducción. El primer periodo empieza con las declaraciones de Cicerón y de Horacio para finalizar con los comentarios de Hölderlin (1804) sobre sus propias traducciones de Sophocle. El segundo periodo corresponde al enfoque hermenéutico de la traducción. Los problemas de traducción se enmarcan en un plano más general distinto al de las teorías del lenguaje o de la mente. Este periodo se extiende hasta la publicación de *Sous l'invocation de saint Jérôme* en 1946 por Valerie Larbaud. El tercer periodo, que Steiner (1975) bautiza como «*courant moderne*», empieza con los primeros trabajos de traducción automática a finales de los años cuarenta. Esta época está marcada también por los esfuerzos por delimitar la relación entre la lógica formal y los modelos de transferencia lingüística. De hecho, este periodo en el que Steiner afirma encontrarnos actualmente, atraviesa el desarrollo y la coexistencia de múltiples enfoques de la traducción: lógico, contrastivo, literario, semántico y comparativo. No obstante, y por último, desde los años sesenta se desarrolla una nueva corriente hermenéutica, una investigación casi metafísica de la traducción y de la interpretación; renacimiento provocado por el descubrimiento del ensayo sobre la traducción de Walter Benjamin (1923) y la influencia de Gadamer (1979) y Heidegger (1986).

Si atendemos a la clasificación de Santoyo (1987) el primer periodo es el de la traducción oral, o lo que hoy en día conocemos como *interpretación*. Los intérpretes existen, por así decirlo, desde siempre ya que la palabra es muy anterior a la escritura. El término «intérprete» empieza a utilizarse en el siglo XVIII, aunque no es hasta el siglo XX cuando la profesión de intérprete se consolida tal y como la conocemos. El inicio de la traducción oral se pierde en la prehistoria y está relacionada con la necesidad de intercambio comercial y de todo tipo (Hurtado, 2001). En el período en que las tribus primitivas comenzaron a desplazarse para conquistar poblaciones vecinas o simplemente para intercambiar productos tuvieron que buscar personas que conocían las dos lenguas y podían servir de mediadores. Lo cierto es que etnógrafos y antropólogos muestran cómo hasta en las tribus más recónditas existe un indígena que conoce la lengua del vecino y que en consecuencia actúa como intérprete, como sucedía entre los

pueblos sumerios y acadios de la antigua Mesopotamia o como incluso sucede hoy en día entre tribus, por ejemplo, africanas (Hurtado, 2001). Muchas inscripciones antiguas, documentos y dibujos son testigos de su existencia. Heródoto da cuenta de la importancia de los intérpretes en el Egipto faraónico; ya desde el imperio antiguo los altos funcionarios nombraban al jefe de intérpretes, cargo que pasaba de padres a hijos (ibid). Parece que la profesión del intérprete o «trujimán», palabra que los egipcios utilizaban para denominar a sus intérpretes alrededor del 1.300 (León, 2000), alcanzaría su esplendor en la época egipcia cuando además se precisaba de entendidos que descifrarán los jeroglíficos, un tipo de escritura que se empezó a utilizar hacia el 3.300 a.C., y que fue empleada durante más de 3.600 años (Andres, 2012). Como Santoyo (1987) y Roland (1982, 1999) declaran, los intérpretes se necesitaban a menudo aunque raramente se mencionaban:

“Interpreters have been largely ignored by historians for two reasons. First, there is often a total lack of historical documentation. People of power and influence in past centuries seldom considered a mere interpreter’s name to be worth recording. Second, most historians, confined to ‘important’ events and to the limitations imposed by the desired size of their books, cannot be expected to include every intriguing tidbit they may uncover” (Roland, 1999: 8).

Tal fue el papel del intérprete en la historia que durante la conquista del nuevo mundo a partir de 1492, los gobernantes se percataban de la importancia de recurrir a los servicios de los indios –los más aptos viajaban a España para aprender la lengua. De aquí que los intérpretes tuvieran un papel tan importante en los imperios multilingüísticos y ciudades como Babilonia (o Bruselas en la actualidad), donde se traducían todas las disposiciones y decretos al asirio, caldeo, hebreo, árabe, etc. Había religiosos (monjes) que traducían en las sinagogas textos de los libros santos en directo durante los servicios religiosos. Ya en aquella época existían documentos que trataban la profesión y también notas escritas por los rabinos sobre los escollos y problemas lingüísticos, e incluso sobre los requisitos que debían cumplir los intérpretes. Se discutía sobre su edad, su posición de cara al orador, si la traducción debía ser libre o fiel, si se podía reducir o comprimir, si se tenía el derecho de explicar o añadir (Andres, 2012).

El inicio de la traducción escrita es ligeramente posterior a la consolidación de la escritura, y los primeros testimonios conocidos se remontan al siglo XVIII a.C; se trata de textos sumerios con traducción literal en acadio (García Yebra, 1989).

Los acadios y sumerios convivían en Mesopotamia, con una cultura fundamentalmente bilingüe, como lo demuestra el hecho de que existieran verdaderos vocabularios sumerio-acadios (García Yebra, 1987). Por esos años comienzan a ser numerosos los textos literarios en lengua acadia, y a veces se añade una traducción literal en lengua acadia a textos sumerios. El testimonio literario más antiguo que se conoce es *La Epopeya de Gilgamés*, uno de los principales personajes de la mitología asirio-babilónica, en versiones asiria, acadia y sumeria –que se conserva en la Universidad de Filadelfia– (Campos y Ortega, 2005). Por otra parte, es lógico como aseguraron Nida y Taber (1986), que los estudios bíblicos ocupen un lugar de primer orden en la historia de la traducción y su teoría, puesto que los textos bíblicos han sido y siguen siendo una de las obras más traducidas y que, por lo tanto, implica a múltiples lenguas y culturas de todo el mundo (Torre, 1994).

Las primeras traducciones atestiguadas fueron las de la Biblia. Los judíos llevaban mucho tiempo sin hablar su lengua (hebreo), esta se perdió y las Santas Escrituras debieron traducirse para que las entendieran los judíos que no hablaban su lengua original (Delisle y Woodsworth, 2005). Fue por el año 380 a.C en Estambul, ciudad en la que confluían distintos pueblos y culturas, donde San Jerónimo, a quien se le considera en Occidente como el santo patrono de los traductores, realizó sus primeras traducciones al latín de unas homilías sobre el Cantar de los Cantares y el Evangelio según San Lucas (Delisle, 2003). Será precisamente San Jerónimo quien nos transmita con su *De optimo genere interpretandi*, una reflexión que algunos consideran «la carta fundacional de la traductología, la primera poética de la traducción» (Vega, 1994:23).

Los primeros testimonios de traducciones por motivos culturales se encuentran en Roma, lugar donde aparecen las primeras manifestaciones de reflexión sobre la traducción: Cicerón, Horacio, Plinio, Quintiliano. Todos los investigadores coinciden en señalar a Cicerón como el autor de la primera reflexión sobre la traducción conocida en Occidente. Cicerón en *De optimo genere oratorum* (46 a.C.) señala que hay dos maneras de traducir y, al indicar que no hay que traducir *verbum pro verbo*, inaugura un debate que, en el mundo occidental, dura dos mil años (Hurtado, 2001).

La industria de la traducción adquiere una mayor notoriedad durante el Renacimiento, cuando la pérdida de contacto con las lenguas de la Antigüedad obliga al hombre cultivado a leer los clásicos en su lengua vernácula –Láscaris, Seyssel, Amyot. Con la llegada del arte de la impresión del libro, la traducción será un factor clave en la dinamización cultural y social de la sociedad. La traducción en los siglos XV y XVI forma parte nuclear de la historia de la literatura. De hecho, como afirma Vega (1996) el Renacimiento fue la resurrección de la Antigüedad a través de la traducción y de las narraciones clásicas y modernas; también afirma este mismo autor que «gracias a la traducción se abandona el concepto de cultura teológicamente tutelada al permitir que la opinión del pueblo se pueda formar autónomamente a través de la lectura inmediata de la Biblia que la traducción posibilita» (Vega, 1996:72). Algunas traducciones dieron lugar a interpretaciones que en Francia llevará a más de un traductor a la hoguera, por narrar sobre el libre pensamiento y la política.

En el siglo XVII empieza el interés por los aspectos técnicos y procesuales de la traducción, lo que deriva en la elaboración de útiles de traducción como son las gramáticas comparadas o los diccionarios como, *A Dictionary of the French and English Tongues*, publicado en 1611 en Inglaterra, país que fue en este siglo la nación más destacada por la enorme actividad traductora, que dejará un gran legado que perdurará a lo largo de los siguientes siglos (ibid).

Durante el siglo XVIII se acrecenta el afán de conocimiento universal característico de la ilustración y de las relaciones internacionales, lo que deriva en el aumento del estudio de las lenguas, y por consiguiente, en la elaboración de instrumentos pedagógicos para su aprendizaje entre otros, gramáticas, y vocabularios. Las lenguas extranjeras como el francés y el inglés toman especial relevancia y se establecen como lenguas modernas. En cuanto a la traductología, no dejó de estar presente en el S. XVIII inglés y será a finales de este siglo cuando aparezca el *Essay on the Principles of Translation* de Tytler. Aunque en el siglo XVII haya destacado notablemente la traductografía inglesa, en este siglo XVIII será la alemana la que destaque, impulsada por la discusión del racionalismo traductivo y la importancia de la estética literaria de la época. Shakespeare, Wieland, Goethe, Voss son algunos de los autores más traducidos (ibid).

En el siglo XIX la traducción observa su complejización, diversificación y universalización de la mano de la industrialización y por el triunfo cultural de la burguesía (ibid). Se trata de un periodo en el que se traduce todo, de todos los idiomas incluido el sánscrito, húngaro, finés o persa. Los autores más célebres de la historia toman parte de las bibliotecas de cada país para constituir un acervo común literario más allá de las propias fronteras lingüísticas. La traducción se valora además por su transcendencia social. Inglaterra destacará por su polémica traducción homérica de Newman, *On translating Homer*. España gracias a la mediación de Francia y a través de Cataluña, obtuvo en un sinnúmero de traducciones que vehiculizaron el pensamiento y las corrientes estéticas de Europa hacia nuestro país (ibid).

Durante el siglo XX se produce un auge en la actividad traductora y empieza la investigación en torno a ella. Se produce también una diferenciación básica, la que existe entre la traducción natural, la actividad no específica y desarrollada por cualquier bilingüe en situaciones más diversas (Harris, 1977; Harris y Sherwood, 1978; Harris, 1980), y la traducción entendida, la actividad específica que se basa en una formación y experiencia profesional particular. Hurtado traza el desarrollo de la actividad traductora en el siglo XX:

«El siglo XX representa un periodo importante para la traducción por lo que ha sido denominada *era de la traducción*: el auge de los avances tecnológicos, el aumento de las relaciones internacionales con la creación de organizaciones gubernamentales, sitúan en primer plano la necesidad de traducción e interpretación. Es también el momento en el que surgen nuevas variedades de traducción: la interpretación consecutiva, la interpretación simultánea, el doblaje, la traducción automática, etc. La traducción se extiende a todas las ramas del saber, con un gran auge de la traducción especializada: la traducción científica, técnica, jurídica, económica y administrativa. Aparecen también las primeras organizaciones profesionales y los primeros centros de formación de traductores y de intérpretes. Todo este gran desarrollo representa realmente una revolución en el mundo de la traducción, que culminará tras la Segunda Guerra Mundial con la consolidación de las relaciones internacionales y el gran desarrollo de la tecnología» (Hurtado, 2001: 118).

La interpretación, tal como la entiende el mundo moderno, una actividad remunerada a cargo del cliente, nace con la necesidad creada por los eventos internacionales y congresos como la Conferencia Internacional de Trabajo celebrada en Ginebra en el año 1927 y el Proceso de Núremberg celebrado en los años 1945-1946. Gracias a este auge de la interpretación, será durante la última década cuando se registren valiosos estudios de la mano de entre otros, Gaiba

(1998), Castilho Pais (2003), Demers (2003), Baigorri (2004a y 2004b) y Cáceres Würsig (2004).

Cuando el francés comenzó a compartir su lugar predominante de lengua diplomática con el inglés y otras lenguas de las grandes potencias, la interpretación de conferencias se hizo imprescindible. A finales del siglo XIX y comienzos del XX los intérpretes trabajaban en la modalidad consecutiva en conferencias como, por ejemplo, la Conferencia de la Paz de La Haya de 1899, la Conferencia de Paz de París y el tratado de Versalles de 1919.

Aunque no fue hasta finales de la I Guerra Mundial cuando nació la interpretación consecutiva⁴, como la conocemos hoy, y a continuación, la simultánea⁵, técnica de interpretación utilizada durante los mencionados juicios de Nuremberg (1945-6). Estos juicios fueron traducidos al inglés, francés, ruso y alemán, y los intérpretes trabajaban al mismo tiempo, separados por paneles de cristal al igual que sucede hoy en día. Este tipo de interpretación permitió acortar considerablemente los juicios, en comparación con la duración de los juicios donde se empleaba la interpretación consecutiva. Esta técnica tuvo tanta acogida que pasó a utilizarse en el tribunal militar internacional del Extremo Oriente (1946-8) en Tokio (Kurz, 2004; Takeda, 2008 y Toikai, 2009 en Andres, 2012).

Así pues, durante el siglo XX se produce no sólo el auge de la traducción y de la interpretación como actividad laboral y profesional sino también la constitución de un marco de organización de trabajo en forma de servicios internos y empresas de traducción (Valero-Garcés, 2000). En los años 30 del siglo XX nace la traducción organizada en forma de trabajo específico. Gouadec (2002; 2007) añade que dicho servicio, con el paso del tiempo, adquiere además las características de una actividad industrial como sería la masificación del volumen de las traducciones, la diversificación del soporte del texto, la estandarización del material y de la documentación generada, la creación de procedimientos y métodos de trabajo propios, la preocupación por la calidad, la internacionalización del sector, la concentración del capital y el aumento de la externalización.

⁴ La interpretación consecutiva se inicia una vez el orador ha terminado de hablar. El intérprete escucha y a continuación, reproduce en lengua B la información proporcionada por el orador (Fuente: SCIC de la CE).

⁵ La interpretación simultánea se produce mientras el orador está hablando (Fuente: SCIC de la CE).

Durante los años 50-60 una rama de la lingüística aplicada adopta casi exclusivamente un enfoque lingüístico. Autores como Vinay y Darbelnet (1958), Jakobson (1959), Mounin (1963), Catford (1965) y Nida y Taber (1969), se encuentran entre los precursores de la lingüística aplicada a la traducción. Su objeto de estudio se centra en el texto, y en la equivalencia lingüística.

Entre los años 70-80 nace la teoría de la comunicación y la teoría de la lingüística textual lo cual da pie a que autores como Seleskovitch y Lederer (1984), Newmark (1988), Hatim y Mason (1990) y Delisle (1980, 2003) se rebelen contra la lingüística estructural limitada a la palabra y a la frase y adopten la comunicación como su *leitmotiv* (Bastin, 2008). Este progreso constante tiene lugar en España donde en los años 70 nacen los Estudios Universitarios de Traducción e Interpretación –algo más tarde que en otros países europeos– con la creación de la Escuela Universitaria de Traductores e Intérpretes (EUTI) de la Universidad Autónoma de Barcelona en 1973. Sin embargo, a pesar de su nombre oficial, este Centro sólo ofrece especialización en Traducción y en su primer plan de estudios de diplomatura de tres años no incluye la Interpretación. En 1979 le sigue la universidad de Granada que funda su propia EUTI, esta sí con especialización en ambas ramas. No será hasta 1988 cuando se cree el tercer centro universitario de Traducción, en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, con un plan inspirado en gran medida en el de la UAB.

Finalmente, a partir de los años 90 vemos otra nueva evolución: el nacimiento de la *Traductología*. Se presenta como una disciplina autónoma con un carácter interdisciplinar que se centra en la reflexión teórica, en el saber sobre la traducción. El objeto de estudio de los traductólogos es pues la investigación sobre la traducción (Hurtado, 1996).

De acuerdo con el estudio que se lleva a cabo en este campo Buraway (2004) propone cuatro tipos de traductología. Estos tipos los recogemos en la tabla 1:

Tabla 1. Tipos de traductología

	Público universitario	Público no-universitario
Conocimientos instrumentales	Traductología profesional	Traductología pragmática
Conocimientos reflexivos	Traductología crítica	Traductología pública

Fuente: Adaptación de Burawoy (2004: 1607).

La traductología profesional o científica, es aquella que otorga legitimidad, experiencia, definición a los problemas, y técnicas de análisis de datos. De ella dependen los demás tipos de traductología. La pragmática se centra en solucionar problemas específicos definidos por los clientes, agencias o instituciones. La traductología crítica es aquella que cuestiona las mismas bases de nuestras reflexiones, es la que estimula los debates internos de la disciplina. Por último, la traductología pública es aquella que se dirige a públicos diferentes –local o nacional, activo o pasivo, intelectual o normal– y distintas formas de diálogo –mediático o no, uni-o bilateral (Gambier y Doorslaer, 2010).

I.2.2. La traducción e Interpretación en el Oriente Lejano

Hasta aquí hemos analizado brevemente los primeros periodos de la historia en occidente y oriente medio, pero otros estudiosos también han descrito la larga historia de la Tel en el Lejano Oriente, concretamente, en China e India llegando a ser esta historia incluso más arcaica que la occidental y oriental. Ramírez (2004) afirma que las primeras actividades de traducción registradas en China se remontan a la dinastía Zhou (s.XI a.C.-256 a.C.). Existen documentos de esa época que revelan la actividad de los *xiangxu*, funcionarios gubernamentales especialistas en lenguas y dialectos encargados de la traducción, e intérpretes oficiales que eran responsables de tratar con los emisarios extranjeros y que no eran necesariamente personas de fuera de lo que ahora llamamos China. El imperio Zhou ya abarcaba un vasto territorio en el que vivían docenas de etnias con sus diversas lenguas propias. Este autor destaca que estos funcionarios-intérpretes fueron los primeros transmisores de ideas y culturas diferentes a las de la corte gobernante. Otro autor

asiático Cheung (2006) describe en su libro *An anthology of Chinese discourse on translation* las responsabilidades que según Luo Xinzhang tenían los *xiàngxū*.

De estos autores podemos concluir que los documentos de esa época son posiblemente los primeros documentos históricos chinos sobre la interpretación y la traducción y de ahí se deriva que la interpretación era una de las muchas responsabilidades de los *xiàngxū*, y que estos eran personajes muy relevantes en la estructura de la gobernación del imperio. El mero hecho de que el Emperador hubiera creado un cuerpo especial de funcionarios para estas labores revela la importante función que desempeñaban.

A la dinastía Zhou, le sigue la dinastía Han (206 a.C. – 220 d.C.), cuyos traductores e intérpretes realizaban funciones de servir como medio de comunicación oficial entre otras etnias del Imperio, luego, empezaron a ser un hilo conductor que unía la cultura del Imperio con las de sus vecinos pues eran ellos quienes facilitaban el comercio. Posteriormente, en el primer siglo después de Cristo, desde 100 d.C. hasta 1300 d.C. el budismo que provenía de la India empezó a penetrar en la sociedad china a través de las rutas del comercio. Las enseñanzas del Buda, Siddhartha Gautama se remontan al siglo VI a.C., las cuales fueron plasmadas en textos desde los inicios del budismo y para cuando llegaron a China ya había numerosos textos principalmente en sánscrito y pali. Por lo tanto, vemos que la labor de los traductores fue clave durante la expansión de la religión y para ganar adeptos. La novedad más importante durante este período fue el hecho de que la corte imperial, que veía con buenos ojos las enseñanzas del Buda, empezó a apoyar la traducción de las escrituras budistas ofreciendo subvenciones y financiando el establecimiento de escuelas de traducción (Zhong, 2007).

Otras dinastías posteriores como la *Tang* (618-907), la *Son* (960-1279) y la mongol *Yuan* (1279-1368), vieron la decadencia de la religión budista para prestar atención a la religión de los árabes con los que también comerciaban. Autores como Zhong (2007) y Delisle y Woodsworth (2012) atestiguan la existencia de traducciones de obras científicas del árabe al chino como son las obras de *Los Elementos de Euclides* o *La Lógica de Platón* (1201-1274). Mucha historia sigue a estos periodos donde siempre ha habido documentos que revelan la labor desempeñada por traductores e intérpretes (Wang Kefei y Shouyi Fan, 1999).

Hasta aquí hemos visto que la historia de la traducción e interpretación se remonta a épocas arcaicas y prácticamente al inicio de la escritura. Tanto en la cultura oriental como en la occidental existen numerosas pruebas de ello, lo cual nos conduce a afirmar que la traducción y la interpretación son dos profesiones antiquísimas que con el tiempo han despertado mucho interés, y que ha evolucionado fruto de la creciente globalización y de los nuevos mercados emergentes. Por tanto, sería lógico pensar que son profesiones bien definidas y consolidadas. Sin embargo, pese a toda esta historia y al auge de la comunicación internacional, la traducción y la interpretación son profesiones todavía poco definidas, poco protegidas y poco articuladas en España, así como en otros países.

I.3. La traducción y la interpretación: Definición, clasificación y modalidad

«Los escritores crean la Literatura Nacional;
los traductores producen la Literatura Nacional»
José de Sousa Saramago

La traducción y la interpretación son dos campos íntimamente relacionados, donde se desarrollan procesos cognitivos que se materializan a través de la escritura y del habla. Diversas son las propuestas de definición para estas disciplinas, sin embargo, todavía no existen definiciones universalmente aceptadas que se puedan tomar como punto de partida (Newmark, 1992; Gile, 1995; Hurtado, 2001; Mayoral, 2001) pues como afirma Ladmiral (1995a: 409) es una actividad difícil de definir:

«Paradoxalement, le concept de traduction fait problème, en tant que tel, et à plusieurs égards. En pourtant il semblerait que tout le monde sache de quoi il retourne. [...] Tout d'abord, on n'aura pas pu ne pas noter que le mot 'traduction' peut prendre une multitude de sens différents. Au point qu'on en est souvent à se demander si on parle de la même chose et de quoi on parle».

La siguiente cuestión se presenta como indispensable pues cabe precisar que la traducción y la interpretación son dos conceptos afines que comparten la transmisión del mensaje de una lengua a otra, pero a su vez, son dos términos distintos. La principal diferencia reside en que la traducción se refiere a textos escritos y la interpretación a los orales. Sin embargo, otras lenguas como el serbio no disponen de términos diferentes para designarlas y usan un solo término para

ambas actividades. El término traducir (en su sentido más general) muchas veces indica tanto la actividad traductora escrita como la oral (Markic, 2012).

Gile (1995) señala que a *grosso modo* la traducción y la interpretación se pueden definir como dos actividades que realizan la misma función, es decir, la de volver a expresar en una lengua lo expresado en otra.

A continuación, vamos a revisar algunas definiciones y clasificaciones propuestas por algunos autores nacionales e internacionales para comprender mejor estas dos actividades y al fin de cada uno de los dos apartados (traducción e interpretación) comentar cuáles son los últimos avances.

I.3.1. La traducción

Entre las propuestas de definición de traducción destacan, entre otras, las de Hurtado y Mayoral dos especialistas y académicos del campo de la traducción. Mayoral (2001), entre otros, fundamenta sus definiciones en la propuesta de Muñoz (1993) quien afirma que:

«La traducción es una forma específica de procesamiento de la información, que implica dos sistemas conceptuales y consiste en los elementos siguientes: 1) construcción de un modelo de acto textual de la LO para enmarcar el TO; 2) construcción de un modelo textual de la LT; 3) descomposición del TO en unidades de procesamiento; 4) establecimiento de la correspondencia entre el TO y segmentos de la LT contra el fondo de ambos modelos de actos textuales y 5) la creación de un TT. Todas estas operaciones pueden solaparse, y lo hacen frecuentemente. Se proporciona *feedback* entre sí y no representan una división en fases» (Muñoz, 1993).

Por otra parte, Hurtado (2001) define la traducción como un «proceso interpretativo y comunicativo que consiste en la reformulación de un texto con los medios de otra lengua y que se desarrolla en un contexto social y con una finalidad determinada. Esta definición toma en cuenta la traducción que se produce entre sistemas lingüísticos diferentes (la traducción interlingüística) y da cabida a la triple naturaleza del acto traductor: texto, acto de comunicación y actividad cognitiva del sujeto» (Hurtado, 2001: 643).

La definición de traducción que propone Mayoral (2001) abarca, sin embargo, otros sistemas de comunicación, no sólo sistemas lingüísticos, y define:

«Traducción: a) proceso comunicativo entre dos o más sistemas A y B (sistemas lingüísticos, culturales semióticos, mediáticos, logográficos, etc.) diferentes en el que el mensaje B se deriva del mensaje A de alguna forma (mediante identidad, equivalencia, evocación, inspiración, alusión, referencia, comentario, resumen, paráfrasis, narración, fragmentación, adaptación, redacción, etc.), pudiendo el objetivo de la comunicación en ambos sistemas A y B ser diferente o idéntico; b) el resultado o producto del proceso anterior; c) el proceso mental seguido por la personal o el proceso seguido por la máquina que traducen» (Mayoral, 2001: 46).

Como vemos, Mayoral incluye en una misma definición de traducción tres procesos indispensables: a) el proceso comunicativo; b) el resultado o producto de este proceso; c) el proceso mental, en los cuales se pueden identificar los tres rasgos de la traducción mencionados también por Hurtado. No obstante, ambos autores, Mayoral y Hurtado, destacan la importancia del contexto social en el cual se desarrolla la traducción y la relevancia de la finalidad de los procesos de traducción, siendo éstos siempre orientados a asegurar la comunicación entre personas.

Newmark (1992:19) por su parte, define el acto de traducir como «verter a otra lengua el significado de un texto en el sentido pretendido por el autor», es decir, trasladar los conceptos expresados en la lengua de una cultura a otra lengua de otra cultura para que se entiendan de la misma manera, o lo que es lo mismo, trasponer las ideas, las referencias, la intencionalidad, el estilo, los registros, las connotaciones y muchos parámetros más (León, 2000).

Por último, Ladmiral (1995a) realiza un estudio tridimensional en el que propone definiciones de traducción desde 1) el ámbito de lo que denomina «fenomenología» semántica o lingüística, en el que se investigan los usos del término traducción; 2) fenomenología psicológica, que analiza las funciones psicolingüísticas; y 3) fenomenología filosófica, que estudia los parámetros y los límites que aparecen a la hora de conceptualizar la traducción.

Existen otras definiciones que se centran en el proceso traductor pero, de acuerdo con Hurtado (2001) también existen otros enfoques que definen la traducción desde el punto de vista de la a) equivalencia traductora, con autores como Rabadán (1991), Nida (1964), Catford (1970) o la de Cruz (1995) que han centrado su interés en esta línea; b) de la traducción como actividad entre lenguas que proponen Vinay y Darbelnet (1958) o García Yebra (1982); y c) la traducción

como actividad entre textos que proponen Seleskovitch y Lederer (1984), o House (1977). Las propuestas de definición son, como vemos, múltiples.

I.3.2. Clasificación de la traducción

En lo que a la clasificación respecta, Amparo Hurtado elabora una propuesta clasificatoria de las distintas manifestaciones de la traducción y detalla cuatro categorías: (1) modo traductor, (2) ámbito socioprofesional, (3) naturaleza y direccionalidad del proceso en el individuo, y (4) método empleado. La tabla 2 recoge estas categorías y sus variedades, que como vemos, se trata de categorías que pueden entrecruzarse entre ellas.

Tabla 2. Categorías de clasificación de las variedades de traducción

Categorías de clasificación	Variedades de traducción
Ámbito socioprofesional	Tipos de traducción
Modo traductor	Modalidades de traducción
Naturaleza del proceso en el individuo	Clases de traducción
Método empleado	Métodos de traducción

Fuente: Hurtado 2001: 53.

La clasificación según el ámbito socioprofesional da lugar a lo que Hurtado denomina tipos de traducción. El modo traductor permite distinguir las modalidades de traducción. La naturaleza y direccionalidad del proceso cognitivo en el individuo sirven para diferenciar las clases de traducción. En cuanto al método empleado, las manifestaciones del hecho traductor se agrupan en diferentes métodos de traducción.

En este trabajo nos interesa, especialmente, examinar las modalidades y los tipos de traducción para conocer los modos de trabajo y las áreas de especialización de las empresas y de los trabajadores autónomos por lo que a continuación, vamos a revisar estas dos categorías con sus variedades de traducción respectivas.

I.3.3. Modalidades de traducción

La modalidad de traducción hace referencia a los modos en que se traduce, siendo estos muy distintos. Entendemos por modo traductor la variación en la

traducción atendiendo a las características del *modo* del texto original y de la traducción. El modo traductor puede ser de tres tipos: a) simple, si el modo de la traducción coincide con del texto original, p.ej., la traducción escrita; b) complejo, si se producen cambios de modo con respecto al original, p.ej. traducción a la vista; c) subordinado, cuando se produce, ya en el original, una mezcla de medios, p.ej. traducción de canciones (Hurtado, 2001). La tabla 3 recoge las modalidades entre las que predominan la traducción escrita, el doblaje y la subtitulación, y la traducción de programas y productos informáticos.

Tabla 3. Modalidades de traducción

<p>Modalidades de traducción (según el modo traductor)</p>	<p>Traducción escrita</p> <p>Traducción a la vista</p> <p>Traducción de programas informáticos</p> <p>Traducción de productos informáticos multimedia</p> <p>Traducción de canciones</p> <p>Supratitulación musical</p> <p>Traducción icónico-gráfica</p> <p>Doblaje</p> <p>Subtitulación</p>
---	---

Fuente: Hurtado, 2001:94.

De acuerdo con la clasificación de Presas (2000), cabe tener en cuenta que dentro de la modalidad de traducción escrita las subdivisiones dependen principalmente de tres factores: en primer lugar, del uso de la lengua; en segundo lugar, de si el traductor es una máquina o un ser humano; por último, el medio para el que se traduce.

I.3.4. Tipos de traducción

El tipo de traducción se refiere a las variedades existentes según el ámbito socioprofesional. Cada ámbito socioprofesional genera campos temáticos y géneros textuales diferentes. Hurtado (2001: 58) explica que el género textual son «agrupaciones de textos pertenecientes a un mismo campo y/o modo que comparten la función, la situación de uso y las convenciones textuales» y define el

campo temático como «la variación lingüística según el marco profesional o social - por ejemplo, científico, técnico, jurídico, económico, etc.» (Hurtado, 2001: 58). Según la misma autora, «el grado de intervención del campo temático en la configuración de los géneros textuales es decisivo para definir si se trata de la traducción de los denominados textos *especializados* o de textos no especializados» (Hurtado, 2001).

Entre los tipos de textos que generalmente se traducen se distingue la traducción técnica, jurídica, económica, administrativa, religiosa, literaria, publicitaria, periodística, entre otros. Todos estos tipos de traducción están relacionados con las áreas convencionales tradicionales: traducción literaria, traducción general y traducción especializada (Hurtado, 2001: 58). En definitiva, el tipo de traducción hace referencia a los campos de conocimiento o especialidad que encontramos al traducir un texto; y la modalidad, en cambio, hace referencia al modo en que se traduce, es decir, al medio material que puede ser escrito, hablado, audiovisual, musical, etc.

A continuación recogemos en una tabla los tipos de traducción y los textos de especialidad para cada tipo, siguiendo la clasificación de Hurtado (2001):

Tabla 5. Tipos de traducción y su campo de especialidad

Tipos de Traducción	Campo de especialidad
Traducción científico-técnica	Textos científicos, técnicos y tecnológicos
Traducción jurídica	Textos jurídicos y legales
Traducción económica	Textos económico - financieros
Traducción administrativa	Textos comerciales y administrativos
Traducción religiosa	Textos religiosos
Traducción literaria	Textos literarios
Traducción publicitaria	Textos publicitarios
Traducción periodística	Textos periodísticos

Fuente: Hurtado (2001: 94).

I.3.5. Tecnologías de la traducción

Tras esta revisión de los tipos de traducción quisiéramos continuar explorando los métodos más empleados para traducir y que han proliferado en los últimos años, y estos son las tecnologías de la traducción, es decir, la traducción asistida por ordenador (TAO). Se trata del uso de programas informáticos que ayudan al traductor con mayor o menor eficiencia (dependiendo del tipo de texto), a traducir los documentos digitales que recibe del cliente. Concretamente, son sistemas informáticos que dan soporte al almacenamiento, navegación, extracción y creación de recursos lingüísticos (López, 2014). De entre las herramientas TAO más valoradas se encuentran las memorias de traducción, softwares digitales que surgieron en los años 80 debido a la necesidad de reaprovechar textos ya traducidos (Fernández-Rodríguez, 2010). La tabla 5 muestra las herramientas TAO, sus definiciones y los tipos que propone Bermúdez-Bausela (2014).

Tabla 5. Herramientas de TAO. Definición y tipos.

Herramientas TAO	Definición	Tipos de software
1. Memorias de Traducción	Software que sugiere al traductor traducciones previamente almacenadas en la memoria que presentan un porcentaje de correspondencia determinado respecto al nuevo segmento textual que se ha de traducir.	SDL Trados – Déjà Vu – Star Transit – MemoQ – Wordfast – OmegaT
2. Gestores terminológicos	Software compuesto de una base de datos capaz de crear, extraer y modificar términos.	MultiTerm – TermStar – Xbench
3. Herramientas de alineación de texto	Software que alinea fragmentos o palabras con sus respectivas traducciones con el objetivo de alinear una memoria de traducción.	SDL Trados WinAlign – Bitext2tmx
4. Sistemas de localización de software	Software utilizado en la traducción y adaptación de productos informáticos.	SDL Passolo – Alchemy Catalyst
5. Sistemas de localización de páginas web	Son editores de páginas web que permiten traducir páginas web sin peligro de borrar alguna etiqueta del código HTML.	CatsCradle – WebBudget
6. Herramientas de subtitulación	Permiten incluir los subtítulos en la traducción audiovisual.	Subtitle Workshop
7. Herramientas de ayuda lexicográfica o explotación de corpus	Permite realizar concordancias, búsquedas de colocaciones, ver agrupaciones de palabras, extraer listados de palabras, etc. para el estudio del léxico y la fraseología, entre muchas otras utilidades.	WordSmith Tools – TextStat – Multiconcord
8. Corpus	Colecciones de textos representativos sobre	Corpus Diacrónico del Español (CORDE) – Collins

lingüístico	un determinado tema.	Cobuild Corpus - British National Corpus (BNC)
-------------	----------------------	--

Fuente: Bermúdez-Bausela (2014).

Como vemos, las herramientas TAO son múltiples y para cada paso del proceso de traducción existen ciertas herramientas, empezando desde la recepción del texto o el audio original hasta la finalización de la traducción y de la maquetación en el formato deseado.

Antes de continuar, quisiéramos diferenciar los conceptos *traducción automática* (TA) y *traducción asistida por ordenador* (TAO) para evitar cualquier confusión. La TA nació hace tan solo unas décadas, a mediados de los años 50 y comienzos de los 60, cuando un grupo de especialistas estadounidenses en inteligencia artificial se convencen de que la tarea de la traducción podría automatizarse y que existirían tareas capaces de traducir cualquier texto (Oliver et al. 2007). Se trata de traducir extractos de una lengua a otra lengua, frase a frase, sin que el sistema tenga en cuenta la frase anterior ni la que le sigue, es decir, sin tener en cuenta el contexto. Se trata de softwares desarrollados para traducir al instante términos o pequeñas unidades lingüísticas. No obstante, como advierten Oliver et al. (2007) la TA no efectúa una buena representación del significado del original, la fidelidad no tiene cabida en este método de traducción, por lo que los sistemas de TA presentan ciertas limitaciones, aunque en ocasiones puedan ser realmente ventajosos, cuando por ejemplo, necesitamos entender una página web escrita en lengua desconocida razón por la que hemos visto una proliferación de los programas de TA como *Google Translator*⁶, probablemente una de las herramientas más conocidas en el mercado, seguida de otros programas como *Wordfast Everywhere*⁷, o *SDL Translation*⁸.

En cuanto a la TAO, se trata de un conjunto de programas informáticos que ayudan al profesional a traducir textos de forma rápida, ágil y con un alto nivel de calidad (Oliver et al., 2007). La principal diferencia entre la TAO y la TA es que la última traduce, y con las herramientas TAO es el traductor quien realiza la tarea y la herramienta le ayuda.

⁶ URL: <https://translate.google.es/?hl=es>

⁷ URL: <https://www.freetm.com/>

⁸ URL: <http://www.freetranslation.com/es/>

Oliver, et al. (2007) distinguen entre dos tipos de herramientas TAO, las memorias de traducción y otras herramientas de traducción asistida (TA). Las memorias de traducción (MT) recuperan automáticamente un segmento de texto que ya ha sido traducido anteriormente cuando este segmento es exacto o muy parecido al trozo de texto que se debe traducir. Las herramientas de TA trabajan a su vez con dos tipos de bases de datos: las memorias de traducción, y las bases de datos terminológicas (BDT), glosarios en formato digital que contienen términos con sus correspondientes denominaciones en diferentes lenguas.

A través de las MT y las BDT el traductor tiene acceso a una gran variedad de textos y corpus lingüísticos como, por ejemplo, diccionarios bilingües y multilingües, textos paralelos o textos traducidos a una gran variedad de lenguas meta y fuente. Entre las memorias de traducción más utilizadas encontramos: OmegaT, Trados, Déjà Vu, MetaTaxis, Transit, SDLX, Euramis o Wordfast, todas ellas con sus ventajas y limitaciones. Entre otras MT encontramos una gran variedad tanto de pago como gratuitas, en línea o en paquetes digitales. Entre las gratuitas encontramos: OmegaT, Anaphraseus, Wordfast Anywhere o Google Translator Kit; el resto son de pago o compra y se adquieren en paquetes digitales: Wordfast, Trados, Déjà Vu, MultiTrans, IBM Translation Manager, Star Transit, MemoQ, Across.

Hacer mención a algunas de las memorias que encontramos hoy en día no es sino con el fin de mostrar la gran evolución que han experimentado las herramientas de traducción; muchas de estas memorias han sido diseñadas para la traducción especializada, lo cual demuestra la gran importancia que ha adquirido en términos económicos pues el desarrollo y la posterior venta de estas memorias supone inversiones económicas muy significativas.

En cuanto a las BDT, también encontramos numerosas, aunque cabe destacar que existen bases de datos en línea que son extensamente utilizadas, como por ejemplo, IATE, base de datos terminológica de la Unión Europea, CERCATERM, base de datos del centro de terminología TERMCAT, CILF, del Consejo Internacional de Lengua Francesa, IBEROTERM, base de datos del Centro Iberoamericano de Terminología, FMI, del Fondo Monetario Internacional, TERMITE, de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, UNTERM, de las

Naciones Unidas y FAO/TERM, de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, entre otros (Corpas, 2001; Matamala, 2005).

Como ya hemos comentado la evolución tecnológica es constante y aumenta a un ritmo desenfrenado. Distintos traductores han advertido sobre la importancia de integrar las tecnologías en nuestros quehaceres rutinarios tanto es así que expertos como Muegge (2012) y López (2014) presentan las últimas novedades en herramientas de traducción: las memorias «en la nube» o “*cloud-based translation tools*” como por ejemplo *Google Translator Toolkit*. Se trata de memorias de traducción que según Muegge (2012) han estado disponibles desde hace más de una década, pero que son poco utilizadas. Se trata de *softwares* de traducción que no requieren de instalación en el equipo de trabajo, ni requieren del pago de altas tasas por la licencia. De entre sus ventajas encontramos la posibilidad de trabajar en modo colaborativo dentro de un mismo documento con varios compañeros a la vez, sistema de trabajo que ha supuesto una revolución. Estas memorias permiten que todos los archivos puedan estar disponibles dentro de un servidor común; esto facilita el trabajo en equipo y ayuda a ser más eficientes, sumado a que los usuarios puedan disponer de recursos actualizados a tiempo real (López, 2014). Entre las memorias existentes en el mercado encontramos TermWiki, ReviewIT, Transifex, MemSource, Translation Workspace, Wordbee Translator, XTM Cloud.

Finalmente, entre otras herramientas TAO encontramos los editores de páginas web, que permiten traducir con comodidad el contenido de una página web directamente desde una copia de la misma sin que sea necesario conocer el lenguaje HTML. Un editor –y a la vez navegador de Internet– gratuito y de libre distribución es, por ejemplo, *Mozilla* (Oliver et al, 2007). También existen herramientas que aligeran el pesado trabajo de la postedición, como correctores ortográficos o correctores gramaticales.

En definitiva, las tecnologías del siglo XXI son un pilar para el traductor. Tanto que prácticamente todos los traductores deben hacer uso de ellas si además se tiene en cuenta que representan una gran ventaja competitiva tanto para traductores autónomos y el desempeño de su tarea como para las empresas. Por otra parte, hemos observado un cambio radical en la forma de traducir lo que ha derivado en el aumento de la demanda de formación en nuevas tecnologías;

muestra de ello es la gran diversidad de materiales dirigidos a formar alumnos y profesionales que requieren de estos conocimientos como, por ejemplo, los manuales *Traducción y Tecnologías*, de Oliver, et al. (2007), "*Computer-aided translation technology: A practical introduction*", de Bowker (2002) y *Traducción y nuevas tecnologías. Herramientas auxiliares del traductor*, de Valero-Garcés y de la Cruz-Cabanillas (2001); los cursos de formación específica en localización, Trados, lenguaje HTML; y los cientos de tutoriales y blogs informativos, que conforman una pequeña muestra de esta gran diversidad.

Dada la importancia que ha tomado la tecnología en traducción e interpretación, en el siguiente capítulo vamos a abordar la cuestión de la tecnología como herramienta profesional para traductores e intérpretes donde además, entre otras cuestiones, hablaremos de las redes sociales.

1.3.6. La interpretación

La interpretación está ligada estrechamente a la comunicación oral. De acuerdo con Ambadiang (2009) se trata de sobrepasar los obstáculos tanto lingüísticos como culturales para reproducir en una lengua (B) lo que escucha el intérprete en otra lengua (A). El intérprete es un interfaz en el esquema comunicativo entre el emisor y el receptor. Actúa como receptor de un código y emisor de otro, manteniendo posible y efectiva la comunicación en códigos distintos.

Para Gile (1991) la interpretación es la traducción oral de un discurso pronunciado por un orador. Por otro lado, la interpretación o la popularmente denominada *interpretación de conferencias* (un tipo de interpretación que definimos en este apartado) se ocupa, según la Dirección General de Interpretación (SCIC) de la Comisión Europea (CE), exclusivamente de la comunicación oral: se trata de trasladar un mensaje de un idioma a otro de manera natural y fluida, adoptando la expresión, tono y la convicción del orador y hablando en primera persona.

Pese a los escasos documentos y referencias de investigación histórica en interpretación (Rolland, 1982; Collados-Aís y Fernández-Sánchez, 2001), conviene no confundir la interpretación con la traducción de documentos escritos. El trabajo

del intérprete consiste en lograr que dos personas que no hablan ni entienden el mismo idioma puedan comunicarse simultáneamente. En este proceso, no se traduce cada una de las palabras sino que se transmite las ideas que quieren expresar.

Gile (1995) respecto a la tarea del intérprete afirma que el deber del intérprete de conferencias es transmitir el discurso del orador de tal manera que sea una reproducción exacta y fiel del discurso original:

«El intérprete no nace, sino se hace. No todo es don en el caso de la interpretación, mucho se debe a una formación adecuada y un entrenamiento disciplinado. Para que una persona sea un buen intérprete profesional debe tener un excelente conocimiento de las lenguas, debe tener la capacidad de análisis y síntesis, la capacidad de concentrarse profundamente, una buena memoria a corto y a largo plazo, una voz aceptable (y agradable) y una buena presentación en público, debe disponer de un amplio conocimiento y de una excelente educación general, tener un grado importante de curiosidad y honestidad intelectual, tener tacto y consideración y tener buena salud física y psíquica» (Gile, 1995: 175).

Asimismo, este autor establece 3 distinciones respecto a la traducción:

1. La oralidad: se trata de la diferencia más evidente entre los dos tipos de traducción. El carácter oral de la interpretación va más allá del apoyo físico de la traducción y además, implica el uso de normas lingüísticas diferentes así como la utilización de prosodia y elementos no verbales que no encontramos en la traducción escrita.

2. Las limitaciones temporales: la interpretación que se desarrolla en tiempo real, para la simultánea, y casi real, la consecutiva. Estas limitaciones temporales tienen repercusiones prácticas importantes puesto que privan al intérprete de la documentación a la que los traductores sí tienen acceso mientras interpretan; luego, los intérpretes deben documentarse exhaustivamente antes de empezar la interpretación propiamente dicha.

3. La situación de la comunicación: la interpretación se diferencia también de la traducción con respecto a otros parámetros importantes de la situación de comunicación como son el autor y las reacciones de los lectores. En interpretación, la comunicación es inmediata con todo lo que implica en cuanto a interacción entre oradores, delegados e intérpretes.

Hermann (1956) también realiza distinciones entre traducción e interpretación y afirma que en el concepto de interpretación destaca la dimensión interpersonal del proceso traductor. Esto se refleja en la mayoría de definiciones que describen la interpretación como el medio facilitador de la comunicación entre personas o grupos que no hablan la misma lengua. Hermann (1956) ve al intérprete como mediador de lenguas y culturas y no como intermediario, ya sea si el intérprete está presente físicamente como si está ausente y solo presta su voz. Valero-Garcés (2001) también hace alusión al mediador interlingüístico, siendo aquel que lleva a cabo un proceso de mediación lingüística y cultural, o bien como un producto terminado.

La práctica de la interpretación, al igual que la traducción, es dinámica e interpersonal por lo que las categorizaciones y clasificaciones son cambiantes; esto ha dificultado hasta ahora el consenso para adoptar una única clasificación. Sin ir más lejos, los investigadores no han adoptado todavía un consenso para los términos acuñados que diferencian sus variantes. Por lo tanto, en este apartado vamos a revisar igualmente el criterio de modalidad de traducción y tipos de traducción de Hurtado (1994, 1996) para seguir con la misma fuente documental utilizada en el apartado anterior sobre traducción, enfoque que también comparten otras fuentes como Jiménez (1999) o el SCIC de la Comisión Europea.

I.3.7. Tipos de interpretación

Siguiendo la clasificación de González et al. (1991) y Jiménez (1999) el tipo de interpretación hace referencia a la situación comunicativa en que se produce la interpretación. La tabla 6 recoge siete tipos distintos de interpretación:

Tabla 6. Tipos de interpretación

Tipos de interpretación	Definición
1. Interpretación de conferencias	Traducción oral de las conferencias o reuniones de especialistas con el objetivo de presentar ponencias y debatir la situación de un tema.
2. Interpretación en los medios audiovisuales	Situación donde existe un visionado de cine o televisión por parte de un público desconocedor de la lengua del original.
3. Interpretación judicial o de tribunales	Comunicación ente los distintos participantes en una vista oral y el tribunal.
4. Interpretación médico-sanitaria	Traducción oral bilateral que tiene lugar en

	dependencias hospitalarias o centros médicos.
5. Interpretación de lenguaje de signos	Es la comunicación que se da entre los usuarios del lenguaje de signos y de habla.
6. Interpretación social o <i>Community interpreting</i>⁹	Relación de los individuos con los servicios públicos o privados.
7. Interpretación de enlace o dialógica para profesionales	Traducción oral bilateral de la negociación, adquisición o intercambio de información entre iguales.

Fuente: Jiménez (1999)

De entre estos tipos la interpretación de conferencias ha recibido una mayor atención. Fue la primera en organizarse formalmente como profesión y, por ende, goza de gran prestigio, de mejores salarios, más investigación y especialmente, sobre la que existen más datos descriptivos para su comprensión. Así pues, encontramos gran cantidad de literatura sobre este tipo de interpretación, a destacar los trabajos de Seleskovitch (1978), Gile (1985), González et al (1991), Hurtado (1994) o Gambier et al (1997). Gile (1985: 58) clasifica el lenguaje utilizado en las conferencias y lo estima como «*la langue du cours magistral, de la plaidoierie, de la conférence et du discours*». En su clasificación distingue entre el lenguaje no especializado, lenguaje de oratoria, lenguaje de procedimiento, y lenguaje técnico.

Entre las modalidades de interpretación más utilizadas para la interpretación de conferencias encontramos la interpretación simultánea (Lederer, 1981). A continuación detallamos las distintas técnicas de interpretación.

I.3.8. Modalidades de interpretación

Las modalidades de interpretación hacen referencia a la variedad de traducción según el modo traductor o lo que es lo mismo, las técnicas que se emplean para llevarla a cabo (Ortega, 2010). La SCIC de la Comisión Europea propone las siguientes modalidades o técnicas de interpretación:

Tabla 7. Técnicas de interpretación

Tipo de técnica	Definición
1. Consecutiva:	Interpretación una vez el orador ha terminado de hablar.
2. Simultánea:	Interpretación mientras el orador está hablando.

⁹ En el subapartado I.3.9 sobre avances en interpretación, definimos con más detalle este tipo pues se considera si no el último y más novedoso, el tipo de interpretación nacido más recientemente.

3. Relé:	Interpretación de un idioma a otro a través de un tercero.
4. Inversa:	Interpretación de la lengua materna a otro idioma.
5. Pivot:	Se utiliza un solo idioma como relé.
6. Asimétrica:	Solo se interpreta a unos pocos idiomas.
7. Susurrada:	(También denominada <i>chuchotage</i>) interpretación simultánea susurrada al oído.
8. Lenguaje gestual:	Interpretación simultánea al lenguaje gestual.
9. Cheval:	Interprete que trabaja alternadamente entre dos cabinas en una misma reunión.

Fuente: SCIC – Comisión Europea

De entre estas técnicas, las autoras Collados-Aís y Fernández-Sánchez (2001) añaden la *interpretación bilateral* o de *enlace*. Ellas la definen como un servicio de mediación lingüística que se caracteriza por desarrollarse fundamentalmente en un contexto dialógico donde confluye la interacción entre dos partes. En esta interacción existen las diferencias de lengua y cultura, lo que provoca que entre en juego una tercera parte con el fin de facilitar la comunicación y hacer que se llegue a un acuerdo. El discurso del intérprete puede realizarse de forma consecutiva, oración por oración o en la modalidad de *chuchotage*.

I.3.9. Avances en Interpretación: *Community Interpreting*

En el apartado anterior hemos comentado las nuevas tendencias en el área de la traducción como son las herramientas de traducción asistida, entre estas, las “*cloud-based translation tools*”. Es por ello que también quisiéramos comentar, a continuación, las novedades en interpretación.

González et al. (1991) y Valero-Garcés y Martín (2008) nos presentan otro tipo de interpretación comúnmente conocido como “*community interpreting*” o «interpretación social», completamente distinto a la interpretación de conferencias tradicional. Este tipo de interpretación nace tras la necesidad de intérpretes en los servicios públicos, concretamente en dependencias policiales, juzgados, hospitales, colegios y servicios sociales lugares donde se trata mayoritariamente con extranjeros, inmigrantes y/o refugiados. Sobre esto Mikkelsen (1996: 126) precisa que:

“Community Interpreting enables people who are not fluent speakers of the official language(s) of the country to communicate with the providers of public services so as

to facilitate full and equal access to legal, health, education, government, and social services”.

Shackman también comenta al respecto y aclara que:

“The community interpreter has a very different role and responsibilities from a commercial or conference interpreter. He/she is responsible for enabling professional and client, with very different backgrounds and perceptions and in an unequal relationship of power and knowledge, to communicate to their mutual satisfaction”.

Los clientes a los que hace referencia suelen ser inmigrantes o refugiados de cualquier edad y sexo, e incluso personas que viven en un país extranjero y que requieren de ayuda para comunicarse en dependencias públicas. La gran diferencia con la interpretación de conferencias es la gran variedad de lenguas que este tipo de interpretación puede albergar; el registro del lenguaje también dista del utilizado por diplomáticos, por ejemplo, un hombre de negocios. Aquí incluimos variaciones dialectales y jergas que pueden suponer un problema para el intérprete –sin olvidar que, en ocasiones, podemos encontrar personas analfabetas. Otros factores que entran en juego y que pueden igualmente ser determinantes son el estado de ánimo o estado físico de los clientes. En resumen, los *community interpreters* necesitan, sin lugar a dudas, habilidades sociales para adaptarse a cada cliente así como un buen conocimiento de la lengua y la cultura, sin olvidar los buenos conocimientos sobre este tipo de interpretación.

Desde una perspectiva española y a diferencia de otros países, Kelly (2000) afirma que este tipo de interpretación todavía se presenta como desconocida en España debido a la inexistencia de publicaciones sobre el tema, y es por ello que tampoco encontramos todavía unanimidad sobre el uso del término:

«El anglicismo interpretación comunitaria pugna con el galicismo interpretación social. Entre los pocos países en los que la interpretación social es una realidad profesional reconocida se encuentran Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, y Suecia, y por supuesto Australia, que «lidera el mundo» en cuanto a la formación y acreditación de los que desempeñan la interpretación social, que en aquel país se implantó al principio de los años setenta. Tanto allí como en el Reino Unido existe un registro nacional de intérpretes acreditados que han recibido una formación específica y superado una prueba sobre el tema» (Kelly, 2000:209).

Asimismo, Fuentes (2000:146) afirma que tanto la traducción como la interpretación comunitaria «[...] (nada que ver con la Unión Europea, sino con los

servicios que se prestan a la comunidad) está poco extendida en nuestro país, pero mucho en países como Australia y Canadá donde desempeñan una importantísima labor social». La Universidad de Paris 7, por ejemplo, ha lanzado recientemente un Máster en Interpretación Social y Comercial¹⁰, pero al igual que en España este tipo de interpretación no es comúnmente conocido, o al menos entre las administraciones.

I.4. Conclusiones

Tras lo expuesto, podemos observar que tanto la traducción como la interpretación son dos disciplinas que se remontan a la antigüedad pero no por ello están consolidadas. Más bien son dos disciplinas que siguen atravesando continuos cambios de la mano de la evolución de nuestra sociedad, de los continuos cambios comunicativos y de las nuevas herramientas que han ido apareciendo. Como resultado de la gran evolución de estas dos disciplinas encontramos en este siglo XXI un auge en la profesión del traductor e intérprete así como en las salidas profesionales de los mismos, un tema que vamos a tratar a continuación en el siguiente capítulo.

La diferencia más obvia entre la traducción y la interpretación es que la primera es oral y la segunda escrita. Pero el elemento más importante parece ser el marco temporal de las dos actividades (en el caso de la interpretación es también uno de los focos principales del estrés). Los traductores tienen tiempo, en general, para documentarse, investigar, llevar a cabo las pesquisas terminológicas, buscar información de contenido y de forma. Hoy en día la sobreabundancia de información (internet, herramientas del traductor, diccionarios y glosarios *on-line*, textos *on-line*) facilita en mucho la labor del traductor, en cuanto a tiempo y recursos se refiere pero, a su vez, puede crear problemas varios, como por ejemplo, la dificultad de encontrar un término adecuado, o su colocación. Por lo tanto, la búsqueda y manejo de fuentes fiables será una tarea crucial para el desarrollo de la profesión del traductor. Esto mismo puede aplicarse al intérprete.

Los intérpretes, por su parte, tienen que hacer el trabajo preparatorio antes, ya que durante la interpretación no hay tiempo para ello. En el caso de la

¹⁰ URL: <http://www.univ-paris-diderot.fr/sc/site.php?bc=formations&np=SPECIALITE?NS=945>

interpretación simultánea, en situaciones de apuro, pueden consultar sus ordenadores portátiles o los ordenadores instalados en las cabinas para buscar algún término en los diccionarios *on-line* o en sus propios glosarios. En la interpretación consecutiva o susurrada no es posible la búsqueda de términos *in situ* y los intérpretes deben confiar en su propio conocimiento, su destreza, su memoria, sus estrategias. En la interpretación la comunicación es real (emisión-recepción, reacción inmediata del interlocutor) porque existe la interacción mutua entre el intérprete, por una parte, y el orador y el público, por otra. En el caso de la traducción la retroalimentación inmediata no existe, es decir, el *feedback* no se recibe inmediatamente sino después de un lapso de tiempo. Así, p.ej., en las traducciones literarias las críticas positivas o negativas de la traducción aparecen después de haber sido publicado el texto; en la traducción de textos jurídicos puede haber consecuencias legales si la traducción no es fiel.

Finalmente, en los capítulos venideros, seguiremos con algunos de los temas que envuelven estas dos disciplinas y que hemos introducido muy brevemente en este capítulo, con el fin de englobar las dos caras de la traducción y la interpretación y explorar otras vertientes de estas dos disciplinas.

I.5. Bibliografía

- Amato, A. y Mead, P. (2002). *Interpreting in the 21st Century: What lies ahead. Summary of the closing panel discussion*. En Garzone, G. y Viezzi, M. (eds.). *Interpreting in the 21st Century. Challenges and Opportunities*. (pp. 295-301). Philadelphia: Benjamins Translations Library.
- Ambadiang, T.O. (2009). *Cultura lingüística, derechos lingüísticos e integración sociocultural*. En *La pluralidad lingüística: Aportaciones sociales, culturales y formativas*. Serie Humanidades. Madrid: [Ministerio de Educación Cultura y Deporte, Subdirección General de Información y Publicaciones](#).
- Andres, D. (2012). *History of Interpreting*. The Encyclopedia of Applied Linguistics. Oxford Wiley-Blackwell.
- Baigorri J. (2003). La investigación en historia de la interpretación de conferencias. En Ortega Arjonilla, E. (ed), *Panorama actual de la investigación en traducción e interpretación, 1*, 341-356, Granada: Comares.
- Baigorri, J. (2004a). De Paris à Nuremberg: Naissance de l'interprétation de conférence. Ottawa : Presses de l'Université d'Ottawa.
- Baigorri, J. (2004b). *Interpreters at the United Nations: A History*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Ballard, M. (1992). *De Cicéron a Benjamin. Traducteurs, traductions, réflexions*. Lille: Presses Universitaires de Lille.
- Bastin, G. (2008). Retour aux sources, en *Traduire : Un métier d'avenir. Colloque du 50^e anniversaire de l'ISTI, 14-15 octobre 2008, 1*(35-49). Les Éditions du Hazard: Collection Traductologie.
- Benjamin, W. (1923). *La tarea del traductor*. Madrid: Iluminaciones, Taurus.
- Bermúdez-Bausela, M. (2014). Aplicación de las herramientas de traducción asistida por ordenador (TAO) a la investigación en traducción. *Estudios de Traducción, 4*, 129-143.
- Bowker, L. (2002). *Computer-aided translation technology. A practical introduction*. Ottawa: University of Ottawa Press.
- Burawoy, M. (2004). Public sociologies: Contradictions, dilemmas, and possibilities. *Social Forces, 82*(4), 1603-1618. Disponible en URL : http://mtw160-198.ippl.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/social_forces/v082/8_2.4burawoy.pdf (10 julio 2014).
- Cáceres Würsig, I. (2004). Breve historia de la secretaría de interpretación de lenguas. *Meta 49*(3), 609-628.
- Campos-Plaza, N.A. y Ortega-Arjonilla, E. (2005). *Panorama de lingüística y traductología. Aplicaciones a los ámbitos de la enseñanza del francés/lengua extranjera y de la traducción (francés-español)*. Granada: Atrio.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. Translated by Higgs, H. (1931). Oxford: Oxford University Press.
- Castilho Pais, C. (2003). *Aspectos de la traducción oral en Portugal en el siglo XVI*. En Sabio-Pinilla, J.A. y Valencia, M.D. (eds). *Seis estudios sobre la traducción en los siglos XVI y XVII*, (169-198). Granada: Comares.
- Catford, J.C. (1965). *A linguistic theory of translation: An essay in applied linguistics*. London: Oxford University Press.

- Catford, J.C. (1970). *Una teoría lingüística de la traducción: Ensayo de lingüística aplicada*. Caracas: Universidad de Venezuela.
- Cheung M.P.Y. (2006). *An anthology of Chinese discourse on traslation. Volumen 1: from earliest times to the Buddhist project*. Brooklands: St. Jerome Publishing.
- Collados-Aís, Á. y Fernández-Sánchez, M. (2001). *Manual de interpretación bilateral*. Granada: Comares.
- Corpas, G.P. (2001). Compilación de un corpus ad hoc para la enseñanza de la traducción inversa especializada. *TRANS: revista de traductología*, 5, 155-184.
- Cruz García, L. (1995). Alcance y fronteras de la traducción. En *Actas de V Encuentro de Jóvenes Hispanitas*, Las Palmas de Gran Canaria.
- D'Hulst, L. (2001). Why and how to write translation histories?. En Milton, J. (éd.). *Emerging views on translation history in Brazil, Sao Paulo. Humanitas-FFLCH-USP, CROP* 6, 21-32.
- Delisle, J. (1980). L'analyse du discours comme méthode de traduction. *Cahiers de Traductologie*, 2. Ottawa: Éditions de l'Université d'Ottawa. (*Translation: An interpretative approach*. Ottawa: University Press, 1988).
- Delisle, J. (2003). *La historia de la traducción: su importancia para la traductología y su enseñanza mediante un programa didáctico multimedia y multilingüe*. (Trad. del francés por Anna María Salvetti. *Íkala* 8(14), 221-235).
- Delisle, J. y Woodsworth, J. (2005). China: Importing knowledge through translation. En J. Delisle y J. Woodsworth, *Translators through history* (pp. 98-99). Amsterdam: John Benjamins B.V.
- Delisle, J. y Woodsworth, J. (2005). *Los traductores en la historia*. Antioquía: Universidad de Antioquía.
- Demers, G. (2003). L'interprétation en Colombie-Britannique à l'époque des explorations par voie terrestre et de la traite des fourrures dans les comptoirs (1973-1846), *TTR* XVI-2, 15-44.
- Gadamer, H.G. (1979). *Truth and Method*. (2nd. Ed). London, Sheed & Ward.
- Gaiba, F. (1998). *The origins of simultaneous interpretation: The Nuremberg Trials*. Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.
- Gambier, Y. y Doorslaer, L. (2009). *The metalanguage of translation*. Amsterdam: John Benjamins.
- Gambier, Y. y Doorslaer, L. (2010). *Handbook of translation studies*. Vol. 1. Amsterdam: John Benjamins.
- Gambier, Y., Gile, D. y Taylor, C. (1997). Conference interpreting: Current trends in research. Proceedings of the International Conference on Interpreting: What do we know and How. Turku, August 25-27, 1994. Amsterdam - Philadelphia: John Benjamins Publications.
- García Yebra, V. (1982). *Teoría y práctica de la traducción*. Madrid: Gredos.
- García Yebra, V. (1994). *La traducción. Historia y teoría*. Madrid: Gredos.
- Gile, D. (1983). Des difficultés de langue en interprétation simultanée. *Traduire*, 117.
- Gile, D. (1985). L'interprétation de conférences et la connaissance des langues : quelques réflexions. *Meta*, 30(4),

- Gile, D. (1991). *Guide de l'interprétation à l'usage des organisateurs de conférences internationales*. Ministère de la francophonie et générale à la Française.
- Gile, D. (1995). *Regards sur la recherche en interprétation de conférence*. Presse Universitaires de Lille.
- González, R.D., Vasquez, V.F, y Mikkelson, H. (1991). *Fundamentals of court interpretation. Theory, policy and practice*. University of Arizona. Summer Institute for Court Interpretation Series. Durham: Carolina Academic Press.
- Gouadec, D. (2002). *Profession: Traducteur*. Paris : La Maison du Traducteur.
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam y Philadelphia: Benjamins Translation Library.
- Harris, B. (1976). The importance of natural translation. *Working paper in Bilingualism*, 12, 96-114.
- Harris, B. (1980). How a three-year-old translates. Patterns of bilingualism. *RELC Anthology Series*, 8, National University of Singapore Press, pp. 370-393.
- Harris, B. y Sherwood, B. (1978). *Translating as an innate skill*. En Gerver, D. y Sinaiko, W. (eds.) *Language, interpretation and communication*. (pp. 155-170). Oxford y Nueva York: Plenum Press.
- Hatim, B. y Mason, I. (1990). *Discourse and the translator*. London: Longman.
- Hatim, B. y Mason, I. (1995). *Teoría de la traducción. Una aproximación al discurso*. Barcelona: Ariel.
- Hatim, B. y Mason, I. (1997). *The translator as communicator*. London: Routledge.
- Heidegger, M. (1986). *Sein und Zeit*. Max Niemeyer: Tübingen (16ª ed.)
- Hermann, A. (1956/2002) Interpreting in Antiquity. En Pöchhacker, F. y Shlesinger, M. (eds.). *The Interpreting Studies Reader*. London/New York: Routledge, 15-22.
- House, J. (1977). *A Model for Translation Quality Assessment* (en inglés). Tubinga: Gunter Narr.
- Hurtado, A.A. (2001). *Traducción y traductología. Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.
- Jakobson, R. (1959). *On linguistic aspects of translation*. En Brower, R.A. (ed.). *On Translation*. Harvard: Harvard University Press.
- Jiménez, A. (1999). *La traducción a la vista: Un análisis descriptivo*. Tesis doctoral, Facultad de Ciències Humanes i Socials, Universitat Jaume I. Disponible en URL: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10564/jimenez-tdx.pdf?sequence=1>
- Kelly, D. (ed.) (2000). *La traducción y la interpretación en España hoy: Perspectivas profesionales*. Colección Interlingua, 13. Granada: Comares.
- Kurz, I. (2004). *Dolmetschen beim Tokioter Kriegsverbrecherprozess*. En Müller, I. (Ed.), Und siebewegt sich doch. Translationswissenschaft in Ost und West: Festschrift für Heidemarie Salevsky zum 60. Geburtstag (197-206). Frankfurt : Peter Lang.
- Ladmiral, J.R. (1995). *La traductologie : de la linguistique à la philosophie*. Thèse d'habilitation à diriger des recherches soutenue à l'Université de Paris X-Nanterre, 21 janvier 1995.
- Ladmiral, J.R. (1995a). Traduire, c'est-à-dire...Phénoménologies d'un concept pluriel. *Meta*, 40(3), 409-420.
- Larbaud, V. (1946). *Sous l'invocation de Saint Jérôme*. Paris : Gallimard .

- Lederer, M. (1973). La traduction –transcoder ou réexprimer?. *Études de Linguistique Appliquée*, 24, 1341.
- Lederer, M. (1981). *La traduction simultanée*. Paris: Minard.
- Lederer, M. (1994). *La traduction aujourd'hui. Le modèle interprétatif*. Paris: Hachette.
- León, M. (2000). *Manual de interpretación y traducción*. Madrid: Luna Publicaciones.
- Lépinette, B. y Melero, A. (2003). Historia de la traducción. *Quaderns de Filologia*, IV, 312. Valencia: Universitat de València.
- López Sánchez, R. (2014). Guía básica de *software* para traductores. Consulta el 21.06.2013, en URL: <http://jugandoatraducir.files.wordpress.com/2012/11/guiasoftware.pdf>.
- Markic, J. (2009). El papel de la tracción y la interpretación en el mundo pluricultural y plurilingüe actual. En *La pluralidad lingüística: Aportaciones sociales, culturales y formativas*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Subdirección General de Información y Publicaciones.
- Matamala, A. (2005). La estación de trabajo del traductor audiovisual: herramientas y recursos. *Cuadernos de Tradução*, 2(16), 251-268.
- Mayafré, J. (1991). *Llengua de tribu I llengua de polis: Bases d'una traducció literaria*. Barcelona: Quaderns Crema
- Mayoral, A. (2001). *Aspectos epistemológicos de la traducción*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Mikkelsen, H. (1996). Community interpreting: An emerging profession. *Interpreting: International Journal of Research and Practice in Interpreting*, 1(1), 125-129.
- Mounin, G. (1963). *Les problèmes théoriques de la traduction*. Paris : Gallimard.
- Muegge, U. (2012) Cloud-based translation memory tools are changing the way translators work and train. *The Big Wave of Language Technology* (1)3. URL: http://works.bepress.com/uwe_muegge/76.
- Muñoz Martín, R. (1993). *A cognitive theory of professional translations*. Tesis doctoral, Berkeley: Universidad de California, Diss. Abstracts International.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. London: Prentice Hall.
- Nida, E.A. (1964). *Towards a science of translating, with special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: E.J. Brill.
- Nida, E.A. (1969). Science of translation. *Language*, 45, 483-498.
- Nida, E.A. y Taber, Ch. (1969). *The theory and practice of translation*. Leiden: E.J. Brill.
- Nida, E.A. y Taber, Ch. (1986). *La traducción: Teoría y práctica*. Madrid: Cristiandad.
- Oliver, A., Moré, J. y Climent, S. (2007). *Traducción y tecnologías*. Barcelona: UOC.
- Ortega y Gasset, J.O. (1983). *Miseria y esplendor de la traducción: [Spanisch-Deutsch]*. Dt. Taschenbuch-Verlag.
- Ortega, J.M. (2010). *Interpretar para la justicia*. Granada: Comares.
- Presas, M. (2000). Bilingual competence and translation competence. En Schäffner, C. y Adab, B. (eds.). *Developing Translation Competence*, (pp. 19-31). Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Publications.
- Rabadán, R. (1991). *Equivalencia y traducción: problemática de la equivalencia transléctica inglés-español*. Universidad de León.

- Ramírez Bellerín, L. (2004). *Manual de traducción chino-castellano*. Barcelona: Gedisa.
- Roland, R.A. (1982). *Translating world affairs*. Jefferson, NC: McFarland.
- Roland, R.A. (1999). *Interpreters as diplomats. A diplomatic history of the role of interpreters in World Politics*. Ottawa: University of Ottawa Press.
- Salevsky, H. (1993). The distinctive nature of interpreting studies. *Target*, 5(2), 149-167.
- Santoyo, J.C. (1987). *Teoría y crítica de la traducción: Antología*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Santoyo, J.C. (1999). *Historia de la traducción: Quince apuntes*. León: Universidad de León.
- Santoyo, J.C. (2006). *Blanks in translation history*. En Bastin, G.L. y Bandia, P. (eds.), *Translation and the future of history*, (11-43). Ottawa : University of Ottawa Press.
- SCIC Comisión Europea – Intérpretación. Consultado el 25 mayo 2013 en: http://ec.europa.eu/dgs/scic/index_es.htm
- Seleskovitch, D. (1968). *L'interprète dans les Conférences Internationales: Problèmes de langue et de communication*. Paris : Lettres Modernes.
- Seleskovitch, D. (1978). *Interpreting for international conferences*. Washington, D.C.: Pen and Booth.
- Seleskovitch, D. y Lederer, M. (1984). *Interpréter pour traduire*. Traductologie 1. Paris: Didier (Érudition).
- Shackman, J. (1984) *The Right to be understood: A handbook on working with employing and training community interpreters*. Cambridge: National Extension College.
- Steiner, G. (1975). *After Babel. Aspects of language and translation*. Oxford: Oxford University Press.
- Steiner, G. (1980). *Después de Babel*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Takeda, K. (2008). Interpreting at the Tokyo war crimes tribunal. *Interpreting*, 10(1), 65–83.
- Torikai, K. (2009). *Voices of the invisible presence*. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Publications.
- Torre, E. (1994). *Teoría de la traducción literaria*. Madrid: Síntesis.
- Tyler, A.F. (1791). *Essay on the principles of translation*. London: J.A. Dent & Co.; New York: E.P. Button & Co.
- Valero-Garcés, C. (2000). Translating as an academic and professional activity. *Meta*, 45(2), 378-383.
- Valero-Garcés, C. (2001). El mediador interlingüístico en los servicios públicos: ¿nuevos principios éticos para nuevas realidades?. *Últimas corrientes teóricas en los Estudios de Traducción*, 819- 829. Salamanca: Servicio de Publicaciones de la Universidad.
- Valero-Garcés, C. y de la Cruz-Cabanillas, I. (2001). *Traducción y nuevas tecnologías. Herramientas auxiliares del traductor*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones.
- Valero-Garcés, C. y Martín, A. (2008). *Crossing borders in community interpreting: Definitions and dilemmas*. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Translation Library.
- Vega, M.A. (1994). *Textos clásicos de la teoría de la traducción*. Madrid: Cátedra.

- Vega, M.A. (1996). Apuntes socioculturales de Historia de la Traducción: del Renacimiento hasta nuestros días. *Hieronymus Complutensis*, 4-5, 71-85.
- Vega, M.A. (2008). Lo biográfico en la historiografía de la traducción, en *Traduire: Un métier d'avenir, Colloque du 50^e anniversaire de l'ISTI*, (2)87-113.
- Vinay, J.P. y Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais. Méthode de traduction*. Paris: Didier. (*Comparative stylistics of French and English. A methodology for translation*. (1995) Amsterdam: John Benjamins Publications).
- Vinay, J.P. y Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français de de l'anglais. Méthode de traduction*. París: Didier.
- Wang, K. y Fan, S. (1999). Translation in China: A motivating force. *Translators' Journal*, 44(1), 7-26.
- Woodsworth, J. (1998). *History of translation*. En Baker, M. (ed.) 100-105.
- Zhong, W. (2007), *The power of translation: Translation as a catalyst for social changes in China*. (Tesis doctoral). Shanghai Internacional Studies: Universty of Shanghai.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Capítulo II: Salidas profesionales de los traductores e intérpretes

*Translators: sellers of old mended shoes and boots,
between cobblers and shoemakers'*
Francis Grose

II.1. Introducción

Actualmente, la sociedad hace frente a un mundo en el cual las distancias se hacen cada vez más cortas, un mundo que atraviesa continuas transformaciones dando lugar a un «pueblo global» (Bowe, Martin y Manns, 2014). La necesidad de reunirse de intercambiar bienes, ideas y saberes, de resolver problemas, hace que sea necesario conocer más lenguas y más culturas. Hoy en día se aprenden más lenguas que antiguamente pero no por esto ha desaparecido la necesidad de traducir e interpretar, sino todo lo contrario. Atravesamos una eclosión de la Tel en sus diversas manifestaciones; y es que la globalización y la rapidez del desarrollo tecnológico han dado lugar a una necesidad permanente de comunicación bilateral (Bowe, Martin y Manns, 2014).

La globalización no solo ha impulsado el mercado de la traducción y la interpretación, sino que dentro de este mismo sector, han surgido nuevos perfiles profesionales que dan respuesta a la nueva demanda del mercado. Así el antiguamente multifacético traductor ahora pasa a llamarse localizador, terminólogo, mediador intercultural, intérprete social o gestor de proyectos, entre otros. La traducción y la interpretación, dos profesiones antiquísimas, continúan siendo sumamente importantes para el desarrollo y la transmisión del conocimiento. Los traductores e intérpretes contribuyen en gran medida a la transmisión del conocimiento, con el fin de superar las barreras tanto interculturales como lingüísticas que a diario dificultan la comunicación (Liyanage, Elhag, Ballal y Li, 2009; Bowe, Martin y Manns, 2014).

Distintos autores han analizado el mercado de la Tel en España y en otros países. A nivel nacional los estudios de la Asociación ACT (Orf, 2005) y el de Golden et al. (1992) exploran este mercado; en Italia, el de Davico (2005); en Francia el de Cancio-Pastor (1995) y Gouadec (2002a y 2007b); y desde una perspectiva más global, Gouadec (2002a, 2007b) y Davico (2005); en Corea, el trabajo de Choi y Lim (2000); y en Canadá, el de Bowker (2004). Estos estudios recogen distintos aspectos sobre el mercado de la traducción e incluyen datos numéricos y

estadísticos, la estructura del mercado, su evolución, la oferta y la demanda de empleo en traducción, posibles divisiones y subdivisiones del mercado, agentes del mercado y contexto institucional. Para nuestro estudio, vamos a revisar algunos de estos trabajos, pero nos interesan, en especial, los datos analizados por la Agrupación ACT pues llevó a cabo el mayor estudio sobre el mercado de la traducción en España y como afirma Mayoral (2006), con la información más fiable y exhaustiva con la que hemos contado hasta ahora sobre la oferta, demanda, perfiles profesionales y empresariales, lenguas más utilizadas, direccionalidad de la traducción y criterios de oralidad, entre otros.

En este capítulo vamos a examinar tres aspectos principales: 1) la situación del mercado de la traducción e interpretación en España; 2) las salidas profesionales que ofrece este sector; 3) los retos a los que se enfrenta el mismo; y por otro lado, también analizaremos dos aspectos secundarios pero igualmente importantes para adentrarse en el mercado profesional: el mercado en la Web 2.0, las redes sociales y el networking del emprendedor.

II.2. Análisis del mercado de la traducción e interpretación en España

Desde que San Jerónimo tradujera la Biblia al latín en el S. IV, nadie hubiera imaginado que su obra tuviera en 1990 un valor de cuatro millones de dólares. Se dice que es posiblemente la traducción más antigua de la historia, la que además ha llegado a prácticamente todos los rincones del planeta. España ocupa en este mercado de la traducción un importante lugar por ser la tercera lengua más hablada del mundo. En 1982 se produjeron 1,5 millones de páginas traducidas y se emplearon alrededor de 175.000 traductores profesionales (Boucher, 1987). En 2006 los gastos de traducción de la Unión Europea rondaban los 800 millones de euros; en 2007 solo la Unión Europea tradujo más de 1,7 millones de páginas; mientras que en 2008 los gastos de interpretación de la Unión Europea ascendieron a 240 millones de euros, con unos 1.700 traductores y unos 600 intérpretes en acción (European Commission, 2008; Hernández-Morales, 2010). El mercado de la traducción e interpretación tiene mucha actividad en Europa y genera un fuerte impacto económico, especialmente, en las instituciones de la Unión Europea.

La directora general de Interpretación del Parlamento, Olga Cosmidou, expresó que «si no empezamos a reforzar la labor de traducción ahora, el día de mañana tendremos difícil satisfacer las necesidades de una Unión en proceso de expansión continua» (Hernández-Morales, 2010).

Indudablemente, la Unión está en expansión al igual que todos y cada uno de los sectores que lo conforman, pero sobre todo el sector servicios, debido al volumen de personas vinculadas laboralmente a este sector. Como apunta Peneff, «en Francia, en la actualidad las tres cuartas partes de los asalariados y las dos terceras partes de los activos pertenecen al sector terciario» (Peneff, 1998: 15). Los demás sectores – la industria y la agricultura- son los principales clientes del sector servicios:

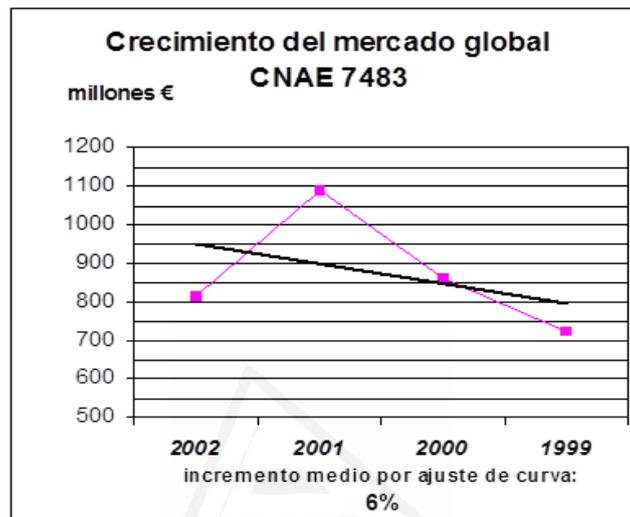
“Les activités de services ont conquis une telle place dans l'économie des pays les plus développés qu'elles réduisent considérablement celles des autres secteurs, industriel et agricole. Parce que ces secteurs recourent aussi de plus en plus aux services et aux technologies de l'information, les cartes se brouillent de plus en plus, jusqu'à imposer l'abandon de cette typologie de trois secteurs” (Durand, 2004: 207).

Como explica Durand (2004), el sector servicios atraviesa una explosión en los países industrializados por tres factores: la profesionalización de algunas actividades domésticas (talleres, peluquerías, etc.); la externalización de muchas actividades fuera de las empresas (contabilidad, logística, limpieza, etc.); y la informatización de la vida económica (servicios informáticos y de comunicación). Como advierten estos autores, el sector de la traducción e interpretación está funcionando ahora más que nunca en todas las esferas tanto nacional como internacional y ámbitos, tanto público como privado.

El número de empresas y autónomos dados de alta en la categoría CNAE 743 (actividades de traducción e interpretación) y el número de asalariados pertenecientes a esta misma área, muestran el crecimiento del sector entre 1999 y 2002 (INE). En 2001 se registraron los mejores niveles de incremento medio con un 6% anual, por lo que se obtuvieron beneficios de 110 millones de euros solo en 2001 (Orf, 2005). De entre las 750 agencias y empresas de traducción en España registradas en 2005, la mayoría se concentraban y se siguen concentrando entre Madrid y Barcelona (Orf, 2005). En este mismo periodo, Francia registró un total

de 12.858 empresas de traducción con 25.844 trabajadores en activo (INSEE, 2005). Alemania contaba en 2005 con 9.040 empresas, y un total de 19.635 trabajadores (Statistisches Bundesamt Deutschland, 2005). La tabla 1 muestra el crecimiento del mercado global español entre 1999 y 2002, donde destaca el año 2001 por alcanzar el mayor pico de crecimiento.

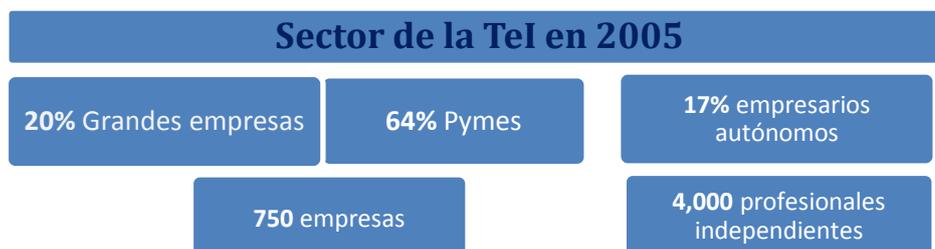
Tabla 1. Crecimiento del mercado global entre 1999-2002



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

De entre los 247 millones de euros que facturó este sector en 2005, el 64% de las empresas que facturaron servicios de traducción fueron Pymes, el 20% eran grandes empresas y el 17% empresarios autónomos o lo que corresponde con 4.000 profesionales independientes. De las 750 empresas de traducción registradas en 2005 en España, la mayoría contaban con menos de 20 trabajadores, que facturaron menos de 1 millón de euros al año. Tan solo 20 empresas daban trabajo a más de 20 trabajadores en la misma empresa y facturaron más de 1 millón de euros al año.

Tabla 2. Sector de la Tel en 2005



Fuente:Elaboración propia

Más recientemente, entre los años 2010 y 2011, España registró las mejores cifras tanto de empresas por condición jurídica, actividad principal y estrato de asalariados con un total de 8.508 asalariados de entre los cuales 957 fueron registrados, como sociedades de responsabilidad limitada (S.L.); por otro lado, 7.142 fueron registradas como personas físicas, sin asalariados. En el 2009, se registraron 8.017 empresas y empresarios autónomos por condición jurídica y actividad principal. De entre estas, 506 figuraban como empresas de traducción (CNAE, 2009). Cataluña, por ejemplo, registró en ese mismo año un total de 2.844 empresas y autónomos con una mayor relación de autónomos que de empresas (Fernández y Orf, 2010).

Si el periodo 2008-2011 se caracteriza por el crecimiento positivo, el periodo 2011-2014 se caracteriza por el crecimiento en negativo pues como muestra la tabla 2 se observa una caída del sector que se considera significativa si tenemos en cuenta que las caídas empresariales dan lugar a pérdidas económicas y desempleo, en este caso, sucesos propiciados por la crisis económica del 2008.

Tabla 3. Empresas y autónomos dados de alta entre 2008 y 2014



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

A pesar de esta caída, los datos globales nos permiten afirmar que las empresas de traducción e interpretación en España, así como los traductores e intérpretes autónomos han aumentado en los últimos años, datos que también confirma la Agencia de *Rating* Español Axesor, y que recogen Fernández y Orf (2010) en su estudio. El volumen de ventas de las 74 empresas registradas en 2009 osciló entre los 500 mil y el millón de euros, repartido entre 35 empresas

españolas que facturaron más de 1 millón de euros y el resto que facturaron entre 1 millón y 500 mil euros.

La tabla 3 muestra las 25 empresas que alcanzaron los mayores índices de facturación: Lionbridge España S.L se sitúa a la cabeza con una facturación de más de 18 millones de euros, seguidos de Seprotec, 14 millones, Celer Pawlowsky SL, que roza los 6 millones, SDL, más de 5 millones, Todd Feldman Traducción, SL, más de 4 millones o Loc Team, SL, más de 4 millones. El número total de empresas registradas en 2009 fue de 506, entre las que se incluyen las registradas por la ANETI, la ACT-FEGILT y otras del mismo sector con un total de ventas de 218.683.782,11 millones de euros (Fernández y Orf, 2010).

Tabla 4. Principales empresas de Tel en España por facturación

Empresas	Facturación
1. Lionbridge España SL	18.445.849,00
2. Seprotec	14.125.488,00
3. Celer Pawlowsky SL	5.913.488,05
4. SDL	5.344.629,00
5. Todd Feldman Traducción SL	4.360.943,32
6. Loc Team SL	4.046.967,30
7. Traductores e Intérpretes Sociedad Anónima	3.047.813,54
8. Linguaserve	2.961.339,52
9. Translator Legal and Financial SL	2.778.877,34
10. Nova Traductors	2.460.564,22
11. Ofilingua SL	2.437.133,48
12. Celer Soluciones	2.271.853,98
13. Mc Lehm Traductores SL	2.083.621,00
14. Corporate Language Services Communication SL	1.804.864,80
15. Comunicación Multilingüe SL	1.730.641,51
16. Global Alliance Localization Group SL	1.662.019,66
17. Idisc Information Technologies SL	1.603.755,40
18. Management System Solutions SL (MSS)	1.493.754,87
19. Seven Servicios Integrales SL	1.491.230,28
20. Bakun Itzulpen eta Argitalpen Zerbitzuak SL	1.422.961,44
21. Elhuyar-Zubize SL	1.321.277,10
22. Hori Hori SA	1.302.760,09

23. Bitez SL	1.295.415,84
24. Traducciones y Tratamiento de la Documentación	1.248.664,37
25. Noraktrad SL	1.210.064,52

Fuente: Fernández y Orf (2010)

Como vemos, existen muchas empresas que ofrecen servicios de traducción e interpretación en España, aún así, si analizamos la relación empresas/autónomos del sector podemos observar que predominan mayoritariamente los traductores autónomos o *freelance*.

Según datos publicados por la Asociación Nacional de Empresas de Traducción e Interpretación (Aneti), en el 2010 se registraron en España alrededor de 7.000 trabajadores en régimen general de autónomos, un dato que está aumentando a un ritmo desenfrenado debido al gran número de graduados en Tel que cada año salen al mercado laboral. En definitiva, en 2010 se registraron un total de 8.426 empresas y empresarios autónomos del sector de la traducción e interpretación con el código CNAE 743, de entre estos se estima que el total de empresas registradas fueron 800, y el número de autónomos registrados 7.626, por lo que podemos afirmar que en el sector de la traducción e interpretación predominan en gran medida los trabajadores autónomos/*freelance*.

Tabla 5. Total de empresas y empresarios autónomos en 2010



Fuente: Elaboración propia

II.2.1. Distribución del mercado de Tel

Como hemos descrito en el segundo capítulo, tanto la traducción como la interpretación son dos servicios distintos: la traducción aborda los textos escritos de tipo jurídico, científico-técnico, literario, etc., mientras que la interpretación los

orales, como son las conferencias, las reuniones, las declaraciones, etc. También hemos comentado que la tendencia general en nuestro mercado es hacia la especialización de uno u otro sector; de hecho, pocos son los trabajadores autónomos que ofrecen simultáneamente ambos servicios. Gouadec (2007: 91) así lo afirma cuando se refiere a la profesión del traductor: «*Every translator specialises sooner or later, not only because no one can pretend to know everything but, more importantly, because it pays to specialise*». Como además concluye Lozano-Argüelles (2011) en su estudio el 61% de los traductores que entrevistó trabajaban como especialistas –principalmente del campo de la localización, traducción jurídica y jurada, científico-técnica y medicina, frente al 39% que afirmó ser traductor generalista. No obstante, las medianas y grandes empresas suelen ofrecer ambos servicios puesto que son de mayor tamaño pudiendo contratar personal en plantilla, *freelance* o autónomos externos, lo que dependerá de las necesidades y la demanda de los clientes.

Alrededor de 1.400 alumnos obtienen, cada año, un título superior universitario en Traducción e Interpretación en los más de 27 centros españoles que ofrecen estos estudios. En el año 2000 se estimaba que había alrededor de 6.909 estudiantes de TeI en España, y en la actualidad puede haber más de 10.000 estudiantes (Pym, 2000: 232; Pym et al., 2012). Esto supone un problema debido a la gran diferencia entre el número de traductores profesionales y la oferta de trabajo, sumado al intrusismo que sufre esta área profesional (Pym et al., 2012). El informe llevado a cabo por expertos en la materia así lo ratifica:

“When production of academic certification exceeds market demands, the strength of the signal is logically diminished – a degree in translation will not have a great market value. FIT Europe (2010) reports that the average payment for translations in Spain is 0.07 euros per word, which is significantly lower than in France, Finland or the United Kingdom” (Pym et al., 2012:62).

A pesar de estos inconvenientes, la industria de la traducción e interpretación mantiene una alta tasa de crecimiento. Como hemos comentado en capítulos anteriores, el trabajo de los traductores profesionales se ha convertido en una necesidad básica en la mayoría de países del mundo, prueba de ello es la creciente importancia que han tomado las unidades de traducción e interpretación de la Unión Europea donde cada año se traducen prácticamente todos los documentos que se generan en sus 24 lenguas oficiales y de trabajo

(EC/Memo/06/173; EC/Memo/08/579). Asimismo, la Unión Europea registra el mayor número de intérpretes de conferencias que trabajan en distintas modalidades para una misma institución. Por ejemplo, la Dirección General de Interpretación cuenta con alrededor de 500 intérpretes fijos y alrededor de 2.700 intérpretes temporales (Comisión Europea, 2011). Según datos del análisis realizado por la Comisión Europea en el marco del programa MLIS¹¹, el mercado global de los servicios de traducción está valorado en más de 30.000 millones de dólares y crece a un ritmo de entre el 15 y el 18% al año (EC, 2000).

Gouadec (2007) también recoge en su obra *Translation as a Profession* algunos datos sobre el número de traductores en Europa:

“The Van Dijk report of 1997 estimated the total number of translators and interpreters in the EU to be 82,000 in the commercial market, i.e. 380 per million inhabitants, plus 20 to 25% equivalent full-time jobs in official government, international and NGO translation and interpreting services. There were also 17,700 captive jobs in translation.

An Allied Business Intelligence, Inc. report estimated there were 142,580 full-time translators in the world (43,222 in Europe) and 261,180 part-time translators (79,488 in Europe) in 1999.

Lionbridge Technologies, the world’s largest language service provider has 4,000 employees worldwide.

The EUATC (European Union of Associations of Translation Companies) so-called ‘Boucau’ report of 2005 states that: In 2005, we can (...) estimate that there are around 250,000 people working in the global translation industry, including 110,000 in Europe. Some sources estimate there are 300,000 translators worldwide” (Gouadec, 2007: 87).

No obstante, también nos advierte que los datos numéricos sobre el mercado de los servicios de traducción pueden, por distintos factores, ser imprecisos. Entre estos factores incluye 1) a los traductores que trabajan en negro o que su actividad se junta con otro tipo de actividad profesional; 2) algunos estudios tienen márgenes de error que no se detallan; o, 3) la existencia de muchos traductores subcontratados, e incluso que trabajan para varias empresas por lo que son contabilizados dos veces. Aun así, actualmente estamos ante una verdadera industria, ante un sector al alza (Gouadec, 2007).

Pero no solo la Unión Europea concentra un gran número de traductores e intérpretes, también otras organizaciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) o la Federación Internacional de los Derechos Humanos

¹¹ Multi-Lingual Information Society Programme.

(FIDH) cuentan con traductores e intérpretes en plantilla para cubrir las necesidades de las oficinas. La ONU, por ejemplo, traduce documentos en sus seis lenguas oficiales (árabe, chino, inglés, francés, ruso y español) y cuenta con una de las mayores plantillas de traductores e intérpretes profesionales. El Departamento de la Asamblea General y Organización de Conferencias es el responsable de los asuntos de la traducción y documentación y emite alrededor de 200 documentos al día en las seis lenguas oficiales (Cao y Zhao, 2008). Un informe de la Asamblea General de octubre de 2010 establece que para el periodo comprendido entre 2010 y 2016, deberán aprobar concursos 119 candidatos a intérpretes y 217 candidatos a traductores, y así la tasa de movimiento de los intérpretes y los traductores será del 43% y el 40% respectivamente (Naciones Unidas, 2010).

II.2.2. Distribución del sector: público y privado

El sector empresarial de traducción e interpretación en España genera una demanda del 2,09% con respecto al resto del mundo (Pym, Grin et al., 2012). Según este informe, el mercado está distribuido en dos sectores principales: **el sector público y el privado**. El primero incluye la traducción a instituciones y organizaciones que dependen de los servicios públicos, organizaciones y empresas nacionales e internacionales, agencias y departamentos gubernamentales. El sector privado incluye agencias y empresas de traducción, traducción editorial y traductores autónomos o *freelance*.

En 2005 contábamos con alrededor de 750 agencias y empresas de traducción en España (Orf, 2005). Más de la mitad de estas se encuentran en Madrid (36%) y Barcelona (22%), aunque también encontramos otras agencias de traducción en importantes ciudades como Valencia (5%), Sevilla (9%) y Bilbao (9%). De entre estas, un gran número son «agencias de traducción virtuales» por lo que trabajan de forma telemática (Orf, 2005). La tabla 4 refleja el porcentaje de empresas que se concentran por Comunidad Autónoma.

Tabla 6. Relación de empresas por Comunidad Autónoma **Fuente:** Orf (2005)

II.2.3. Distribución del sector por género

Respecto a la distribución del mercado de trabajo **por géneros**, según datos obtenidos en este estudio¹², podemos afirmar que el sector de la traducción e interpretación muestra diferencias de género no significativas. Así por ejemplo lo indica el Libro Blanco de la traducción literaria (Marinas, 2010) donde informan sobre un estudio llevado a cabo en 2008 que recoge datos sobre la situación del traductor y la traducción editorial en España y en el cual afirman que la composición del colectivo que traduce libros corresponde al 45,9% para hombres y 54,1% para mujeres. Aunque hay una mayor presencia del género femenino, en este caso no supone una diferencia significativa. Otro dato interesante, es la clasificación por género en el diagnóstico de autónomos y no autónomos en este sector de actividad, el cual corresponde al 39,7% para hombres autónomos, el 60,3% para no autónomos; y 57,8% para mujeres autónomas, 42,2% para mujeres no autónomas. Estos datos indican que entre los hombres predomina el perfil no autónomo, mientras que entre las mujeres predomina el perfil de autónomo (Marinas, 2010). Este mismo estudio también analiza la exclusividad profesional y los tipos de traducciones efectuadas y de este análisis se desprende que el 37,5% del total de entrevistados se dedica en exclusiva a la traducción, mientras que el 62,5% no se dedica en exclusiva, datos que reflejan que solo una minoría se dedica a la traducción, en este caso y como ejemplo, literaria. Sobre esta cuestión, Gouadec (2007:88) afirma que aunque en esta profesión ha predominado siempre la figura femenina, ahora la masculina también tiene una notable presencia como

¹² Estos datos los comentamos en el capítulo V, apartado 2º.

resultado del aumento en el uso de software de traducción, el auge de las tecnologías de la información, como alternativa al desempleo e incluso debido a la diversidad de trabajos que se pueden desempeñar en este sector de actividad.

II.2.4. Asociaciones y organizaciones del sector

Otro dato significativo respecto a la distribución del mercado de TeI es la importancia de pertenecer a una **asociación u organización**. De hecho, nuestro mercado cuenta con numerosas asociaciones, organizaciones y escuelas tanto nacionales como internacionales que dan apoyo laboral, profesional y formativo. Según un estudio con datos de 2011 (Pym, 2012) España cuenta con 12 asociaciones de traductores e intérpretes, con un total de 2.571 miembros. España se sitúa a la cabeza por número de asociaciones con respecto al resto de países de Europa. Le sigue Reino Unido que en 2011 contaba con 8 asociaciones pero un mayor número de socios, 6.998; y Croacia, con otras 8 asociaciones y solo 726 socios. El resto de países de Europa ostentan cifras entre 1 y 6 asociaciones. Ahora, en la esfera internacional Estados Unidos cuenta con el mayor número de asociaciones con un total de 31 y 16.560 miembros. La tabla 5 recoge estas cifras junto con otras que conforman la esfera europea e internacional.

Tabla 7. Países con asociaciones de traductores e intérpretes: número y miembros

Países	Nº Asociaciones	Nº Miembros
Alemania	5	8.878
Australia	4	1.082
Austria	5	1.415
Bulgaria	2	359
Canada	11	4.438
Croacia	8	726
Dinamarca	4	1.440
España	12	2.571
Estados Unidos	31	16.560
Francia	5	2.615
Polonia	5	1.839
Portugal	4	772
Reino Unido	8	6.998
Suiza	6	1.021

Fuente: Pym, et al. (2012)

En España, la asociación más reconocida es Asetrad (Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes) pues reúne a varios cientos de socios. También la APTIJ (Asociación Profesional de Traductores e Intérpretes Judiciales y Jurados) cuenta con numerosos socios y tiene una gran actividad; y a nivel internacional, tenemos la AIIC (*International Association of Conference Interpreters*) que reúne a más de 3.000 intérpretes de todo el mundo; la EUATC (*European Union of Associations of Translation Companies*) reúne a numerosas empresas europeas; la IAPTI (*International Association of Professional Translators and Interpreters*); la EULITA (*European Legal Interpreters and Translators Association*); la ATA (*American Translators' Association*); la CEATL (*Conseil Européen des Associations de Traducteurs Littéraires*); o el ITI (*Institute of Translation and Interpreting*) entre muchas otras.

A continuación presentamos en la tabla 6 una relación de las asociaciones nacionales e internacionales más reconocidas, y en la tabla 7 mostramos una relación de las asociaciones internacionales de traductores e intérpretes.

Tabla 8. Asociaciones españolas de traductores e intérpretes

Asociaciones españolas de traductores e intérpretes	Fundación	Miembros
Asociación Profesional Española de Traductores e Intérpretes (APETI)	1954	
Asociación de Intérpretes de Conferencia de España	1968	70
Sección Autónoma de Traductores de Libros de la Asociación Colegial de Escritores de España (Acetato)	1983	575
Asociación Profesional de Traductores, Correctores e Intérpretes de Lengua Vasca (EIZIE)	1987	185
Associació de Traductors i Intèrprets Jurats de Catalunya (ATIJC)	1992	166
Asociación Galega de Profesionais da Traducción e da Interpretación (AGPTI)	2001	98
Asociación Aragonesa de Traductores e Intérpretes (ASATI)	2002	50
Asociación española de traductores, correctores e intérpretes (ASETRAD)*	2003	601
Red de Traductores e Intérpretes de la Comunidad de Valencia (XARXA)	2003	147
Asociación Profesional de Traductores e Intérpretes Judiciales y Jurados (APTIJ)	2006	81

Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya (APTIC)	2009	598
Asociación de traducción y adaptación audiovisual de España (ATRAE)	2010	50
TOTAL		2,571

Fuente: Pym, et al. (2012)

Tabla 9. Asociaciones internacionales de traductores e intérpretes

País	Asociaciones internacionales de traductores e intérpretes
Alemania	ADÜ Nord - Assoziierte Dolmetscher und Übersetzer in Norddeutschland Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer (BDÜ) Fachverband der Berufsübersetzer und Berufsdolmetscher (ATICOM) Verband deutschsprachiger Übersetzer (VdÜ)
Argentina	Asociación Argentina de Traductores e Intérpretes (AATI) Asociación Internacional de Profesionales de Traducción e Interpretación (AIPTI) Colegio de Traductores Públicos de Buenos Aires
Austria	Austrian Association of Certified Court Interpreters (AACI) Austrian Interpreters and Translators Association Universitas - Österreichische Übersetzer und Dolmetscherverband
Bélgica	Belgian Quality Translation Association (BQTA) Chambre belge des traducteurs, interprètes et philologues (CBTP) Conseil Européen des Associations de Traducteurs Littéraires (CEATL)
Brasil	Associação Brasileira de Tradutores e Intérpretes Associação Brasileira de Tradutores
Canadá	Association des traducteurs et traductrices littéraires du Canada / Literary Translators' Association of Canada (ATTLC / LTAC) Ordre des Traducteurs, terminologues et interprètes agréés du Québec (OTTIAQ)
Chile	Asociación Gremial de Traductores de Santiago (AGTS)
China	Hong Kong Translation Society Translators Association of China (TAC)
Colombia	Asociación Colombiana de Traductores e Intérpretes (ACTI)
Dinamarca	Association of Danish Authorized Translators
Ecuador	Asociación de Traductores e Intérpretes del Ecuador (ATIEC)
EE.UU.	American Literary Translators Association (ALTA)

	American Translators' Association (ATA) American Translation Studies Association (ATSA)
Eslovenia	Association of Scientific and Technical Translators of Slovenia (DZTPS)
Estonia	Estonian Association of Translators and Interpreters (ETTL)
Finlandia	Finnish Association of Translators and Interpreters (SKTL)
Francia	Association des anciens élèves de l'ESIT (AAE-ESIT) Association des traducteurs littéraires de France (ATLF) Syndicat national des traducteurs professionnels (SFT) Union Nationale des Experts Traducteurs - Interprètes près les Cours d'Appel (UNETICA)
Grecia	Panhellenic Association of Translation (PEM)
India	Indian Translators Association (ITA)
Irlanda	Irish Translators' and Interpreters' Association (ITIA)
Israel	Israel Translators Association (ITA)
Italia	Associazione Italiana Traduttori e Interpreti (AITI) Associazione Nazionale Italiana Traduttori e Interpreti (AITI)
Japon	Japan Association of Translators (JAT)
Marruecos	Association des Traducteurs Agréés près les Juridictions (ATAJ)
México	Colegio Mexicano de Intérpretes de Conferencias Organización Mexicana de Traductores (OMT)
Noruega	Norsk Oversetterforening Norwegian Association of Literary Translators
Nueva Zelanda	New Zeland Society of Translators and Interpreters (NZSTI)
Países Bajos	Nederlands Genootschap van Tolken en Vertalers (NGTV)
Perú	Colegio de Traductores del Perú
Polonia	Polish Translators (AIM)
Portugal	Associação de Tradução em Língua Portuguesa (ATeLP) Associação Portuguesa de Tradutores (APT)
Reino Unido	Institute of Linguists (IOL) Institute of Translation & Interpreting (ITI)
República Checa	Jednota tlumočnicků a překladatelů (JTP) Union of Interpreters and Translators (JTP)
Rumania	Romanian Translators Association (ATR)
Rusia	The National League of Translators Union of Translators of Russia
Sudáfrica	South African Translators' Institute (SATI)
Suecia	The Swedish Association of Professional Translators (SFÖ)

Suiza	Association Suisse des Traducteurs, Terminologues et Interprètes (ASTTI)
Taiwán	Translation and Attestation Association of Taipei (TAAT)
Ucrania	Ukrainian Translators Association (UTA)
Uruguay	Colegio de Traductores Públicos de Uruguay

Fuente: ACE Traductores¹³ y CTPBA¹⁴

II.2.5. Asociaciones de estudiantes

Como vemos, existen multitud de asociaciones y organizaciones nacionales e internacionales que cuentan con el apoyo de cientos de traductores e intérpretes profesionales. Este interés de pertenencia a un colectivo empieza a gestarse ya entre los jóvenes durante su formación en las universidades o centros de educación superior. De esta forma, estudiantes de todo el mundo han creado sus propias asociaciones de estudiantes con el fin de crear una red de contactos, obtener apoyo de otros estudiantes, velar por los intereses de los estudiantes, organizar actividades de formación, cursos u otros. Así, en la última década hemos visto nacer distintas asociaciones de estudiantes de traducción e interpretación entre las que podemos encontrar las siguientes:

Tabla 10. Asociaciones de Estudiantes de Traducción e Interpretación

Asociaciones de Estudiantes de Traducción e Interpretación
Asociación Española Universitaria de Traductores e Intérpretes en Formación (AETI)
Asociación Nacional de Estudiantes y Licenciados de Traducción e Interpretación (AELETI)
Association des Étudiants en Traduction et Interprétation (AETI) (Université de Genève)
Translation and Interpretation Student Association (University of Arizona)
Lingua ESIT – Association d'étudiants en traduction de l'École supérieure d'interprètes et de traducteurs (Université Sorbonne Nouvelle Paris 3)

Fuente: Elaboración propia

II.2.6. Sectores de demanda de servicios de traducción

Por último, cabe hacer mención a los **sectores de actividad** que **demandan** los servicios de traducción. Orf (2005) presentó un estudio de mercado –al que nos hemos referido en las páginas anteriores– sobre los servicios de traducción en España. En este estudio, tanto cualitativo como cuantitativo, se analiza la demanda

¹³ http://www.ace-traductores.org/asociaciones_profesionales

¹⁴ <http://www.traductores.org.ar/assets/pdf/static/matriculados/internacionales.pdf>

de servicios de traducción en España. De entre las 250 empresas entrevistadas, el 75,6% necesitaban traducciones, el 64% trabajan con empresas de traducción y el 15% con autónomos. En la tabla 9 que mostramos a continuación, se detallan los sectores que demandan servicios de traducción:

Tabla 11. Estudio de la demanda empresarial

Sector	Cuota	Muestra	Universo	Error
Aparatos de consumo	6,0 %	15	900	26 %
Aparatos y material médico	4,4 %	11	200	29 %
Asesoría empresarial y jurídica	14,8 %	37	1.500	16 %
Asesoría industrial	6,8 %	17	1.000	24 %
Electricidad y electrónica industrial	11,2 %	28	3.300	19 %
Finanzas	9,6 %	24	2.300	20 %
Industria del transporte	9,2 %	23	2.600	21 %
Industria farmacéutica y cosmética	10,4 %	26	1.500	19 %
Maquinaria y manufacturados industriales	13,2 %	33	15.500	17 %
Productos tecnológicos	7,2 %	18	1.200	23 %
Servicios tecnológicos	7,2 %	18	10.000	23 %
TOTAL	100,0 %	250	32.000	6 %

Fuente: Orf (2005).

Los datos de esta tabla desprenden que de los once sectores estudiados, la mayor demanda de servicios de traducción es la asesoría empresarial y jurídica (14,8%), seguido del sector de la maquinaria y manufacturados industriales (13,2%), la electricidad y electrónica industrial (11,2%) y de la industria farmacéutica y cosmética (10,4%).

A modo de conclusión, hemos observado que el sector de la traducción e interpretación está distribuido en público y privado, y dentro de cada uno de ellos sus integrantes pueden optar a trabajar en empresas, como autónomos o *freelance*, pertenecer al cuerpo de funcionarios públicos del estado y en última instancia,

trabajar en el cuerpo de traductores e intérpretes de la Unión Europea. A continuación, vamos a analizar las opciones de inserción laboral que ofrece cada uno de estos sectores, es decir, vamos a explorar las salidas profesionales para estos sectores de actividad, así como las tendencias laborales de los traductores e intérpretes.

II.3. Salidas profesionales del traductor e intérprete

Distintos son los términos utilizados para describir los trabajos que desempeñan los traductores e intérpretes como por ejemplo: lingüista, revisor, corrector, terminólogo, fraseólogo, gestor de proyectos, gestor de contenidos, traductor científico, traductor jurado, traductor literario, intérprete de conferencias, localizador, entre otros (Jenner y Jenner, 2010; Bowker, 2004).

El trabajo publicado por Bowker, quien analiza las ofertas laborales para traductores, recoge una relación de los puestos de trabajo de traducción e interpretación anunciados en distintos portales de empleo de Canadá. Como vemos se anunciaron hasta 11 perfiles distintos de trabajo. La tabla 10 así lo refleja:

Tabla 12. Puestos de trabajo anunciados en Canadá (2000-2002)

Job type	Number of ads in database	Percentage
Translator	161	53.5%
Translator-reviser	31	10.3%
Localization specialist	28	9.3%
Reviser	16	5.3%
Translation manager	16	5.3%
Translation professor	16	5.3%
Terminologist	11	3.7%
Translator-writer	10	3.3%
Interpreter	8	2.7%
Translator-terminologist	3	1.0%
Translator-interpreter	1	0.3%
TOTAL	301	100.0%

Fuente: Bowker (2004: 962)

El puesto de traductor predomina frente al resto de puestos. No obstante, como apunta Bowker (2004) muchos de estos trabajos pueden complementarse con otros y por ello este autor denomina a estos puestos de trabajo «puestos híbridos» por su carácter polivalente que combina la actividad de traducción con otro tipo de actividad complementaria, una tendencia en nuestro sector que está al

alza. Debido a la formación que recibimos y al conocimiento de lenguas los traductores e intérpretes son trabajadores polivalentes que suelen desempeñar actividades muy heterogéneas (Robinson, 1997; Kiraly, 2000; Carsten, 2002).

A continuación, presentamos una breve revisión de las propuestas y clasificaciones de algunos autores como Borja (2007), Gouadec (2007), Franco (2010) y Morón (2010) entorno a las salidas profesionales de los traductores e intérpretes, para después detallar las alternativas laborales del sector privado (autónomo y *freelance*, empresario, trabajador en empresa, y otras); y las del sector público (traductor jurado, entre otros). Seguidamente, analizaremos las alternativas que ofrecen las instituciones de la Unión Europea así como otras instituciones y organizaciones internacionales.

II.3.1. Clasificación del mercado de traducción e interpretación

El sector privado de la traducción e interpretación concentra el mayor número de trabajadores si lo comparamos con el sector público. El sector privado es pues la principal fuente de ingresos de este sector ya que ofrece diversas alternativas al nuevo flujo de traductores e intérpretes, mejor preparados y formados, pero que necesitan adquirir a su vez nuevas competencias que suplan las demandas del mercado (European Council, 2008).

En un primer trabajo, Gouadec (2003) distingue tres mercados de referencia: la industria editorial global multilingüe; la empresa o agencia de traducción; el autónomo de la traducción y/o *freelance*. A su vez, nos expresa su convicción por formar traductores en un sector, y lo expone en los siguientes términos:

“What should be avoided is the training of students to become translators on the non-market; namely, the jungle of small jobs, with an infinite variety of subject, and a daily struggle for life. Basically, that meant NOT training them for a specific market and NOT creating a collective image of efficiency and competence for the program and thus for the students who graduate” (Gouadec, 2003:12).

El mercado ofrece distintas alternativas aunque cabe tener en cuenta la especialización y las ofertas del mercado como factores determinantes. En cuanto a la oferta de servicios lingüísticos Gouadec (1989) distingue cinco tipos: traductor, intérprete, terminólogo, redactor y documentalista. Asimismo, el traductor puede

optar por trabajar como autónomo, crear una empresa o como tercera vía, trabajar por cuenta propia en instituciones internacionales u organismos donde se registran un gran número de traductores.

Por otra parte, en su trabajo *Translation as a Profession* (2007) distingue cuatro tipos de proveedores de servicios de traducción:

1. Traductores autónomos o *freelance*.
2. Empresas de traducción.
3. Agencias y *bróker* de traducción.
4. Empresas de otros sectores que incluyen estos servicios en su oferta como servicios adicionales (empresas de servicios lingüísticos, escuelas de idiomas, consultoras, etc.).

Entre los distintos perfiles laborales Gouadec distingue cinco grandes grupos de proveedores de servicios, o lo que es lo mismo, traductores:

1. Traductor
2. Especialista
3. Gestor de proyectos
4. Escritor técnico
5. Ingeniero de comunicación multilingüe y multimedia

Para el segundo grupo, el especialista, especifica hasta once perfiles de trabajo distintos donde incluye: pre-traductor a tiempo completo, documentalista, terminólogo, fraseólogo, traductor, post-traductor o post-editor, corrector, editor, revisor u operador online. Esta clasificación, es sin lugar a dudas, una de las más detalladas que podemos encontrar en la literatura pues en ella incluye la figura del especialista operador online, una labor relativamente nueva.

Desde un punto de vista más amplio hasta el más específico, encontramos distintas clasificaciones del mercado profesional de Traducción e Interpretación. De forma más global, Franco (2010) clasifica en su artículo *Una visión global de la profesión*, cuatro campos básicos de trabajo en el mundo occidental:

- ♦ Las grandes ***instituciones multinacionales*** como la Unión Europea o las diversas agencias de la ONU, que emplean a gran cantidad de profesionales, a modo de funcionarios, en traducciones científicas, económicas, legislativas, divulgativas y políticas;

- ♦ Las **traducciones oficiales** de documentos, declaraciones ante tribunales, etc., en las que ciudadanos particulares o empleados públicos como los jueces o los notarios contratan los servicios de un traductor jurado, que es el único auténtico profesional autónomo en traducción;
- ♦ Una enorme proliferación de pequeñas empresas -las llamadas **agencias intermediarias**- y editoriales que se reparten cuotas exiguas de mercado y para las que los traductores deben trabajar casi siempre a modo de profesionales autónomos;
- ♦ Las **empresas privadas**, normalmente multinacionales o grandes exportadoras, que incorporan ocasionalmente -más cuanto mayor sea su tamaño- a un número exiguo de traductores en su plantilla que normalmente hacen funciones de «secretario multilingüe».

A estos cuatro campos de trabajo Fuentes (2000) añade la traducción diplomática (e interpretación), que se realiza en las misiones o legaciones diplomáticas, ya se trate de consulados o embajadas. Este tipo puede parecerse a la traducción que se realiza en instituciones multinacionales en cuanto al tipo de texto que se traduce y en cuanto a las diversas convenciones que se siguen, aunque como indica Fuentes (2000: 146) «la traducción diplomática tiene sus reglas y peculiaridades». Entre los textos que se traducen encontramos asuntos de cancillería o de defensa, asuntos sanitarios, asuntos económicos, jurídicos o judiciales, y asuntos políticos. En España, las dos embajadas que cuentan con equipo de traducción son las de Estados Unidos y Reino Unido. Otras como la de Australia o Canadá, cuentan con al menos un traductor. En algunas embajadas más pequeñas son los propios diplomáticos los encargados de realizar el trabajo de traducción.

Por otra parte, Borja (2007) se centra en un área específica de la profesión y presenta en su libro *Estrategias, materiales y recursos para la traducción jurídica inglés-español* un listado con las salidas profesionales para el traductor jurídico, aunque algunas de estas salidas también son aptas para el traductor generalista:

Tabla 13. Salidas profesionales de los traductores e intérpretes

Trabajar por cuenta propia	Trabajador autónomo	Creación de empresas de traducción
Instituciones públicas españolas	Particulares	Sociedad civil o mercantil
Organismos internacionales	Agencias	Cooperativa laboral
Notarias	Notarías, despachos de abogados, empresas	
Despachos de abogados	Organismos internacionales e instituciones públicas	
Empresas privadas		
Agencias		

Fuente: Borja (2007: 58)

Morón (2010) amplía el campo de las salidas profesionales donde además incluye otras salidas distintas a la traducción e interpretación como son por ejemplo el turismo o la docencia:

- ❖ **Traducción:** autónomo, en agencia y/o *freelance*, en organismos internacionales, empresario.
- ❖ **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, en universidad o formación profesional.
- ❖ **Docencia de Traducción/Interpretación.**
- ❖ **Docencia de otras materias.**
- ❖ **Interpretación:** de conferencias, consecutiva, de enlace, etc.
- ❖ **Revisión, Edición, Terminología.**

Estas salidas comparten algunas de las 6 propuestas registradas en el Libro Blanco del Título de Grado en Traducción e Interpretación (Aneca, 2004), entre las que encontramos perfiles como el de traductor profesional *generalista* y

especializado, intérprete de enlace, lexicógrafo, terminólogo y gestor de proyectos lingüísticos, docente de lenguas, etc. Diversas son las salidas profesionales a las que pueden optar los traductores e intérpretes y mucha información existe al respecto. Por lo que en los siguientes apartados pasamos a definir los perfiles desde la perspectiva del estatus profesional del empleador y el empleado: el trabajador autónomo/freelance, el trabajador en plantilla, el emprendedor/empresario, el trabajador en instituciones públicas e instituciones privadas.

Finalmente, un trabajo más reciente presentado por Eugenia Arrés en el II Encuentro de Traductores e Intérpretes en Málaga en 2011, enumeró nuevos perfiles profesionales entre los que incluyó:

- ❖ ***Locale Adaptor.***
- ❖ ***Post-editor*** de sistemas de traducción automática.
- ❖ ***Social media translator.***
- ❖ **Gestor de contenidos multilingüe.**
- ❖ **Traductor para proyectos de accesibilidad** (subtitulado audiodescripción multimedia).
- ❖ **Investigación en accesibilidad.**
- ❖ **Localizador SW/“social games”** para dispositivos móviles o redes sociales.
- ❖ **Intérprete telefónico** y de videoconferencias.

Estos nuevos perfiles profesionales la autora los define como interdisciplinarios, que requieren no solo de especialización en cada área de saber sino también en tareas. Con la llegada de las nuevas tecnologías que han desarrollado nuevas formas de comunicación como la video conferencia o las redes sociales el traductor e intérprete debe conocer los nuevos gajes del oficio. En definitiva, el desempeño de estas tareas implica el aprendizaje de nuevas áreas de conocimiento por lo que especializarse para conocer más de cerca los requisitos de cada área parece ser fundamental en estos días de la sociedad del conocimiento.

II.3.2. Trabajador autónomo y/o freelance

El trabajo autónomo, como bien define el Estatuto del Trabajo Autónomo (BOE, 2007:9) y como recoge la Constitución Española en su artículo 35, apartado 1, reconoce para todos los españoles «a) el derecho al trabajo y a la libre elección de profesión u oficio; b) a la libertad de iniciativa económica y derecho a la libre competencia; y c) el derecho de propiedad intelectual sobre sus obras o prestaciones protegidas. [...] El artículo 41 encomienda a los poderes públicos el mantenimiento de un régimen público de Seguridad Social para los ciudadanos, que garantice la asistencia y prestaciones sociales suficientes ante situaciones de necesidad». Actualmente junto a la figura del «autónomo clásico, titular de un establecimiento comercial, agricultor y profesionales diversos, encontramos otras figuras heterogéneas, como los emprendedores, personas que se encuentra en una fase inicial y de despegue de una actividad económica o profesional, los autónomos económicamente dependientes, los socios trabajadores de cooperativas», etc. [...]. (BOE, 2007:2). Como podemos observar, tenemos un amplio espectro de autónomos que realizan labores muy diversas y que prestan innumerables servicios. De hecho, las cifras de autónomos afiliados a la Seguridad Social en 2006 oscilaba en más de 3 millones y de entre estos, el 94% que realizan una actividad profesional o económica sin el marco jurídico de empresa no tienen asalariados o sólo tienen uno o dos, un dato que corresponde con las cifras del sector de la traducción e interpretación pues, como veremos, predominan los trabajadores autónomos sin asalariados (Kelly, 2000). Hoy, la situación del trabajo autónomo prolifera en países de elevado nivel de renta, en actividades de alto valor añadido, como consecuencia de los nuevos desarrollos organizativos y la difusión de la informática y las telecomunicaciones, y constituye una libre elección para muchas personas que valoran su autodeterminación y su capacidad para no depender de nadie (BOE, 2007).

El traductor autónomo se conoce como «todo profesional establecido con una dedicación a la traducción de textos por encima del 25% y sin empleados a su cargo, pero con capacidad para atender por cuenta propia tanto al cliente final como a empresas de traducción» (Orf, 2005:21-22). Como explica Gouadec (2007:99) el traductor autónomo actúa por cuenta propia: “*Freelance translators,*

or so-called 'independent' translators, are self-employed, meaning they are not in any legal sense 'bound' to their clients or work providers. They either work for 'direct' clients (whom they invoice directly) or for agencies (or brokerage firms) that actually get the contracts and subcontract them to the freelancers".

Ferrer-Simó (2005) autora del artículo *La actividad del traductor autónomo*, nos explica en qué consiste la tarea del traductor autónomo o como también se suele denominar, *freelance*. Según esta autora, abarca distintas disciplinas y, por lo tanto, no se especializa en un solo ámbito de la traducción ya sea porque domina distintas áreas o porque, como recién licenciado, se ve obligado a aceptar todo tipo de encargos para abrirse camino en el mercado. El traductor *freelance* no está contratado ni sujeto legalmente a ninguna empresa, se organiza él mismo su horario de trabajo pues es él su propio jefe y tiene tanto trabajo como quiera tener. El trabajador autónomo debe hacer frente a diversas cuestiones adicionales a los servicios lingüísticos, cuestiones más bien empresariales, fiscales, legales, etc.

Una característica importante del trabajador *freelance* o autónomo es la del emprendedor, o lo que es lo mismo, la iniciativa empresarial, el liderazgo, la innovación o determinación. Como comentaremos en el siguiente capítulo, el emprendedor nace, pero también se hace ya que hoy en día podemos optar por trabajar como autónomo aún si esto supone un riesgo elevado para nuestra economía o aún si no sabemos por dónde empezar. Ahora, el traductor *freelance* o autónomo debe tener muy presente esta característica y apostar por la innovación, las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y, las redes profesionales (García-Izquierdo y García-de-Toro, 2005) pues aunque no garantizan el éxito, sí ayudan a establecerse, a obtener clientes y afianzarlos y a mantenerse al día.

El sector de la traducción e interpretación destaca por contar con numerosos trabajadores autónomos o *freelance*, la mayoría comprendidos entre 30 y 50 años de edad frente al reducido número de autónomos comprendidos entre 25 y 30 años. Numerosas medianas y grandes empresas precisan de traductores e intérpretes autónomos que cubran sus necesidades lingüísticas. Como bien sabemos el reto nacional se sitúa en facilitar a los graduados, traductores e intérpretes en ciernes un trabajo estable que incluya poder darse de alta como trabajador autónomo (Phillips, 1996). Aunque en la actualidad no es tan fácil optar

por la vía del autónomo dada la inestabilidad que esta figura puede generar, el gobierno de España ha lanzado recientemente una nueva línea de apoyo al emprendedor, la cual reduce la tasa de alta en el censo de autónomos y de la Seguridad Social.

A continuación reproducimos la normativa vigente para las cuotas a ingresar a la Seguridad Social, extraído del Boletín Oficial del Estado y publicado por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (BOE, 2013).

a. Normativa: cuotas a ingresar a la Seguridad Social de los Autónomos menores de 30 años

Según lo establecido en la Ley 11/2013, de 26 de julio, se establecen medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo:

«1. Los trabajadores incorporados al Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos a partir de la entrada en vigor del Estatuto del Trabajador Autónomo, o al Régimen Especial de Trabajadores del Mar (hasta el 28 de julio de 2013), que tengan menos de 30 años de edad (menores de 35 años, en el caso de mujeres), se aplicarán una reducción sobre la cuota de contingencias comunes que les corresponda durante los 15 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta, equivalente al 30 por 100 de la cuota resultante de aplicar el tipo mínimo vigente (29,80% o 29,30% si está acogido a la protección por cese de actividad) a la base mínima de cotización de este régimen, y una bonificación de igual cuantía en los 15 meses siguientes a la finalización de la reducción anterior.

2. Alternativamente a este sistema de bonificaciones y reducciones, los trabajadores por cuenta propia que tengan menos de 30 años de edad y que causen alta inicial o que no hubieran estado en situación de alta en los cinco años inmediatamente anteriores, a contar desde la fecha de efectos del alta, en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos o en el Régimen Especial de los Trabajadores del Mar (hasta el 28 de julio de 2013), podrán aplicarse las siguientes reducciones y bonificaciones sobre la cuota por contingencias comunes, incluida la incapacidad temporal, resultante de aplicar a la base mínima el tipo mínimo de cotización vigente en cada momento, por un período máximo de 30 meses según la siguiente escala:

a) Una reducción equivalente al 80% de la cuota durante los 6 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta.

b) Una reducción equivalente al 50% de la cuota durante los 6 meses siguientes al período señalado en la letra a).

c) Una reducción equivalente al 30% de la cuota durante los 3 meses siguientes al período señalado en la letra b)

d) Una bonificación equivalente al 30% de la cuota en los 15 meses siguientes a la finalización del período en reducción.

b. Normativa: cuotas a ingresar a la Seguridad Social de los Autónomos mayores de 30 años

Según lo establecido en el artículo 29 de la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización por la que se añade la Disposición adicional trigésima quinta bis a la Ley General de la Seguridad Social.

1. Los trabajadores por cuenta propia que tengan 30 o más años de edad y que causen alta inicial o que no hubieran estado en situación de alta en los cinco años inmediatamente anteriores, a contar desde la fecha de efectos del alta, en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos, podrán aplicarse las siguientes reducciones sobre la cuota por contingencias comunes, siendo la cuota a reducir el resultado de aplicar a la base mínima de cotización que corresponda el tipo mínimo de cotización vigente en cada momento, incluida la incapacidad temporal, por un período máximo de 18 meses, según la siguiente escala:

- a) Una reducción equivalente al 80 por ciento de la cuota durante los 6 meses inmediatamente siguientes a la fecha de efectos del alta.
- b) Una reducción equivalente al 50 por ciento de la cuota durante los 6 meses siguientes al período señalado en la letra a).
- c) Una reducción equivalente al 30 por ciento de la cuota durante los 6 meses siguientes a período señalado en la letra b).

Lo previsto en el presente apartado no resultará de aplicación a los trabajadores por cuenta propia que empleen trabajadores por cuenta ajena.

2. Los trabajadores por cuenta propia que opten por el sistema del apartado anterior, no podrán acogerse a las bonificaciones y reducciones de la disposición adicional trigésima quinta de la Ley General de la Seguridad Social aplicable a jóvenes trabajadores por cuenta propia menores de 30 años.

3. Lo dispuesto en los apartados anteriores será también de aplicación a los socios trabajadores de Cooperativas de Trabajo Asociado que estén encuadrados en el Régimen Especial de la Seguridad Social de los Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos, cuando cumplan los requisitos previstos en dichos apartados.

4. Las reducciones de cuotas previstas en esta disposición adicional trigésima quinta bis de la Ley General de la Seguridad Social, se soportarán por el presupuesto de ingresos de la Seguridad Social».

Como vemos, el régimen de bonificación establecido desde 2013 para los nuevos autónomos que cumplan los requisitos se denomina Tarifa Plana y la cuantía de la Tarifa es de 50€ mensuales que equivale a la reducción del 80% de la cuota inicial establecida en el apartado anterior 1.a). Además de esta bonificación, existe también la tarifa RETA (Régimen Especial para Trabajadores Autónomos)

aplicable a ciertos colectivos, como los autónomos jóvenes o los autónomos con discapacidad, entre otros. Tras finalizar los periodos de bonificación o de régimen especial de trabajadores autónomos deben aportar al régimen general de la Seguridad Social una cuota mensual para la base mínima de cotización que está en torno a los 260 euros mensuales. Aunque esta obligación fiscal pueda suponer costes altos para algunos sectores económicos, no podemos olvidar que desde 2013 han mejorado las condiciones tanto sociales como económicas de los trabajadores autónomos para equiparar sus derechos con los de los trabajadores por cuenta ajena. La opción de trabajar como autónomo es la forma fiscal más adecuada para traductores con volúmenes reducidos de trabajo pues cuanto menos actividad financiera haya, menos impuestos se pagarán y por otra parte, existen menos trámites administrativos. Las gestiones son pocas y se pueden realizar rápidamente en comparación con las gestiones que conlleva la creación de una empresa.

En definitiva, el trabajador autónomo debe cumplir con las obligaciones fiscales que establece la legislación española a la vez que debe ocuparse de su negocio, lo que implica como numerosos autónomos emprendedores han afirmado, muchas horas de dedicación plena. Así, por ejemplo, lo relata Marta Stelmaszak, traductora freelance y emprendedora, en su curso *Business School for Translators*¹⁵:

“To run a freelance translation business, you need to be a great translator in the first place. Get your writing skills right, learn translation procedures, gain experience. Yet there’s more to it, isn’t there? You need to set up a business, put your offer together and reach out to potential clients. You’re likely to have thought about that already. But you probably want to go a step further, make an impact through your translation and interpreting services and live the lifestyle you want at the same time. You want to discover your Unique Selling Proposition, learn how to balance translation with growing your business, streamline your operations, reach out to the right clients and make the most of your talent”.

También nos relatan su historia emprendedora e innovadora los integrantes de la start-up Gear Translations, con base en Argentina y recientemente llegada a España. Gracias al apoyo recibido por el Ministerio de Economía y Competitividad y al resguardo de la Ley de Emprendedores han podido instalarse en Madrid y Tenerife con casi 15 personas en nómina. Se trata de una start-up de traducción

¹⁵ <https://www.ecpdwebinars.co.uk/downloads/business-school-for-translators/>

colaborativa que se encuentra en plena expansión en el mercado europeo (RedInnova, 2014). Como estas dos traductoras, otras que han podido crear o expandir su negocio en los últimos años y amparados en la nueva Ley de Emprendedores son Luis Arizmendi y Francisco Abella, fundadores de El Nativo, empresa que ofrece servicios de traducción de toda clase de documentos y archivos (eleconomista, 2014); Adriana Jaime Pérez y Gloria Muros Gálvez, creadoras del equipo de Voze, un app para teléfonos móviles que permite al usuario disponer de un intérprete telefónico profesional en nueve idiomas las 24 horas del día desde cualquier lugar del mundo (eleconomista, 2015).

Por último, cabe hacer mención a los requisitos legales que debe cumplir el traductor autónomo: en primer lugar, darse de alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores presentando el modelo que pone a disposición la Agencia Tributaria; a este trámite le siguen el alta en la Seguridad Social, alta en un sistema de cobertura de riesgos de accidentes y enfermedad profesional (Ribo, 2005), atender las obligaciones fiscales, como son la declaración del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), declaración del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), el abono de las cuotas a la Seguridad Social y la declaración de los ingresos y gastos generados de la actividad profesional desempeñada.

II.3.3. Trabajar en plantilla

Trabajar en plantilla o ser trabajador ajeno dentro del régimen de trabajadores de la Seguridad Social conlleva trabajar para una agencia de traducción, una empresa, organización o institución, es decir, formar parte del núcleo que dirige uno o varios socios, propietarios de la empresa, con un régimen salarial fijo o variable en función de las condiciones que la empresa establezca y del tipo de contrato. Sobre el trabajo de los traductores internos (en empresas de traducción y en unidades internas de traducción) encontramos distintos estudios empíricos que estudian los aspectos que engloban la actividad del traductor interno (Hermans y Lambert, 1998; Dam y Zethsen, 2009; Stelmach, 2000; Hébert-Malloch, 2004; Kuznik, 2010). Al igual que el resto de situaciones laborales, esta tiene sus ventajas y desventajas, aunque posiblemente muchos trabajadores busquen

trabajar para una empresa por la estabilidad tanto económica como temporal que aporta.

Hemos comentado en el apartado anterior, que el perfil del traductor e intérprete autónomo ha aumentado considerablemente en los últimos años y diversos estudios así lo afirman (Aneca, 2004; UAB 2000, 2003, 2004). No obstante, una encuesta dirigida a los empleadores de los servicios de traducción llevada a cabo para la publicación del Libro Blanco del Grado en Traducción e Interpretación desvela que los perfiles profesionales más frecuentes de los licenciados son el de revisor en primer lugar, seguido de jefe de proyectos, traductor en plantilla senior y traductor en plantilla junior. Estos datos nos permiten ver que los puestos en empresas son cada vez más diversos si además, tenemos en cuenta otro estudio llevado a cabo por la UAB el cual concluye que «de la Encuesta de Egresados los empleos más frecuentes están en las áreas de Traducción (86,6%, de los 321 informantes afirma haber trabajado en algún momento como traductor)» (Aneca, 2004).

Los puestos de trabajo del personal que forma parte de una empresa de traducción abarcan principalmente tres funciones: traducción, revisión de la traducción y la gestión de los proyectos de traducción. Estas funciones pueden variar en una misma persona y por lo que las agencias precisan de traductores polivalentes que se adapten a la necesidad de la empresa. Entre los tipos de traductores asalariados encontramos tres categorías (Gouadec, 2007b: 92-99):

- 1) Traductores internos contratados en las unidades internas de traducción en instituciones y empresas no especializadas en servicios de traducción.
- 2) Traductores internos contratados por las empresas de traducción.
- 3) Traductores internos contratados por las agencias de traducción y por los *brokers*.

Como además indica Gouadec (2007b), cabe establecer la diferencia entre los traductores internos en empresas de traducción que realizan traducciones, y los traductores contratados por las agencias de traducción, que gestionan la subcontratación y revisan las traducciones realizadas por traductores autónomos. La actividad de estos últimos se parece a la de traductores internos solo que son contratados por unidades de traducción que subcontratan una parte de

traducciones fuera de la institución o empresa. Gouadec además advierte que es muy común ver personas formadas en traducción, es decir traductores, que realizan actividades de gestión o revisión en las empresas de traducción, ya que dicha gestión requiere competencias básicas en traducción, es decir, las recibidas en su formación universitaria que además junto con la experiencia que se haya adquirido, permite realizar todas las operaciones muy complejas de coordinación de los procesos de traducción, gestión de la subcontratación y control de calidad, con un buen criterio lingüístico y traductológico. Como afirma el autor francés “*the jobs are more on the management side (including project management) and on the quality control side*” (Gouadec, 2007:307).

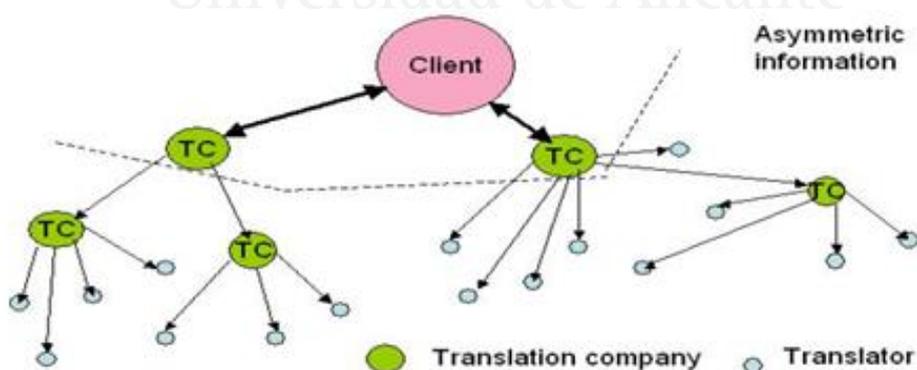
Distintos autores (Choi y Lim, 2000; Lebtahi e Ibert, 2000; Gouadec, 2007) coinciden en el carácter polivalente de los puestos de trabajo internos en las empresas de traducción, y por ende, en las unidades internas de traducción. Además esta polivalencia puede tener una dimensión tanto vertical (traductores internos que combinan también la traducción con la gestión de proyectos) como horizontal (traductores que también realizan revisiones). Choi y Lim (2000: 390) comentan al respecto que: “*salaried translator act as team leader and troubleshooter, ensuring that terminology is accurate and uniform, that style is in accordance with the other documents of the Company or the relevant organization involved, and that the final output is consistent overall. The salaried translator is in a unique position to act as a bridge between the translators and the organization*”.

Un estudio llevado a cabo por la *Société Française des Traducteurs* (SFT 2005) también confirma este carácter polivalente de los traductores asalariados. Entre las actividades que realizan además de la traducción encontramos la corrección, la gestión de la subcontratación, trabajos terminológicos, interpretación, formación, coordinación de proyectos, etc. Este estudio empírico y el llevado a cabo por Hébert-Malloch (2004) demuestran el carácter heterogéneo de los puestos de trabajo cuando concluyen que 1) el traductor interno no necesariamente dedica la mayoría de su tiempo laboral a la traducción propiamente dicha, y 2) el traductor interno no necesariamente se centra en desempeñar únicamente la función de traductor (Kuznik, 2011).

Gouadec (2007b) enumera las tareas que pueden desempeñar los traductores internos o en plantilla entre las que figuran: pre-traductor integral, documentalista e investigador, terminólogo, fraseólogo, traductor (puro), post-traductor o post-editor, revisor, corrector, editor, redactor, traductor con dos competencias, ingeniero de comunicación multilingüe y multimedia, y jefe de proyectos/interface de gestión.

En definitiva, el traductor interno debe estar preparado o al menos capacitado para afrontar cualquiera de las funciones que requiera la empresa, y las cuales en ocasiones pueden variar en número y exigencia. Por otra parte, existen distintos tipos de traductores internos no por ello debemos confundirlo con el traductor autónomo o el traductor subcontratado pues a menudo se subcontratan para cubrir las necesidades puntuales de la empresa. Como afirma Abdallah (2007) la antigua relación simétrica y bidireccional entre el traductor y el cliente se ha visto reemplazada por una red de relaciones laborales de subcontratación «en cascada», mediatizada por las empresas de traducción. La siguiente figura muestra estas redes de cooperación que unen a los traductores autónomos subcontratados. Por lo que esta nueva forma de contratación en cierta manera da mayor cabida a la figura del autónomo.

Figura 1. Estructura de red de la producción de las traducciones por traductores autónomos



Fuente: Abdallah, 2007; Abdallah y Koskinen, 2007; Kuznik, 2010.

Gouadec (1989:13) establece una diferencia entre el servicio del traductor interno y el del subcontratado, la cual reside en la solicitud de un servicio dirigida a la misma empresa, o dirigida al proveedor de servicios externos:

«La différence fondamentale entre service interne de traduction et bureau de sous-traitance réside dans leurs relations avec les donneurs d'ouvrage. Les demandes adressées à un service interne de traduction émanent de la même « maison ». Les demandes adressées à un bureau de sous-traitance viennent de l'extérieur et il serait sans doute plus juste de dire qu'il faut « aller les chercher » à l'extérieur».

II.3.4. Creación de una empresa de traducción e interpretación

Por empresa de traducción se entiende «entidad estructurada como empresa mediante alguna de las formas jurídicas que establecen las leyes españolas cuya actividad económica es la traducción de textos» (Orf, 2005: 20). Se considera «empresas a todas aquellas entidades cuya actividad de traducción se realiza con varias personas vinculadas, o sea que tiene trabajadores, tanto si la empresa actúa administrativamente como persona física o como persona jurídica» (Orf, 2005: 20).

La creación de una empresa comparte algunos trámites con respecto a los del autónomo o *freelance*; no obstante la vía de la empresa además de tener que constituir su propia empresa con todos los trámites que esto conlleva, el traductor debe gestionar los trabajadores a su cargo si los tuviera. El traductor que opta por esta alternativa debe seguir varios pasos antes de desarrollar su proyecto pero el primer factor que se desarrolla es la percepción de oportunidades. Es mediante la identificación de la oportunidad (Shane y Venkataraman, 2000; Ardichvili, Cardozo, y Ray, 2003; DeTienne y Chandler, 2004;) cuando surge la idea de crear una empresa. A este paso, le debe seguir la planificación del tipo de empresa que pueda constituir y proceder a desarrollar el plan de empresa.

La Asociación de Centros de Traducción (ACT) distingue tres categorías de empresas de traducción: 1) PYME¹⁶, empresas de entre 1 y 19 empleados, o bien con una facturación superior a 1 millón de euros; 2) empresa sin plantilla, profesional que ejerce la actividad económica, ya sea como persona física o jurídica, sin trabajadores a su cargo pero que se presenta como empresa; 3) gran empresa, con una plantilla de 20 o más trabajadores, o con una cifra de negocio superior a 1 millón de euros (Orf, 2005).

¹⁶ El término PYME hace referencia a la suma de microempresa, pequeña y mediana empresa (Orf, 2005: 21).

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo¹⁷ realiza una clasificación general de tipos de empresa en base al número de trabajadores fijos y distingue entre cuatro tipos de empresas:

- ◆ Microempresas: hasta 9 asalariados.
- ◆ Pequeña empresa: de 10 a 49 asalariados.
- ◆ Mediana empresa: de 50 a 250 asalariados.
- ◆ Gran empresa: más de 250 asalariados.

La elección de un tipo u otro de persona jurídica radica principalmente en el capital disponible y en el número de trabajadores que se tenga contratado. Lo cierto es que la empresa, por su figura jurídica, aporta mayor seguridad legal sobre el patrimonio personal frente a la inseguridad del trabajador autónomo.

De acuerdo con la legislación española en materia de empresas, Ley General de Sociedades nº 26887¹⁸, y teniendo en cuenta la clasificación del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, toda empresa debe constituirse según un tipo de sociedad: sociedad mercantil o sociedad mercantil especial. La principal diferencia reside en el número mínimo y el máximo de socios permitido por la Ley y la aportación inicial de capital exigida. El Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana, así como la Dirección General de la política de la PYME recogen de forma abreviada los siguientes tipos de sociedades mercantiles¹⁹:

Tabla 14.a. Sociedades mercantiles

Sociedades	Número de Socios	Capital Mínimo
Sociedad Limitada	1	3.006€
Sociedad Limitada Nueva empresa	1-5	Entre 3.012 y 120.202€
Sociedad Anónima	1	60.102€

Fuente: Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana

Por otra parte, respecto a las sociedades mercantiles especiales, el Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana (2011) publica en su portal destinado a los emprendedores un documento²⁰ con los distintos tipos y sus especificaciones:

¹⁷ <http://www.ipyme.org/es-ES/DesarrolloProyecto/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>

¹⁸ http://www.lexadin.nl/wlg/legis/nofr/oeur/arch/per/ley_general_sociedades.pdf

¹⁹ Recogemos la información de la Cámara de Valencia como ejemplo, aunque las Cámaras de cada Comunidad Autónoma también publican esta misma información.

²⁰ http://www.camarascv.org/EMPRENEDORES/_pdf/fj_personas%20juridicas_esp_sme.pdf

Tabla 14.b. Sociedades mercantiles especiales

Sociedades	Número de Socios	Capital Mínimo
Sociedad Limitada Laboral	3	3.005,06€
Sociedad Anónima Laboral	3	60.102€
Sociedad Cooperativa	3	Mínimo fijado en estatutos
Sociedad de Garantía Recíproca (SGR)	150	1.803.036,06€
Entidades de Capital-Riesgo	3	1.202.024,20€ (Sociedades)
	2	1.652.783,30€ (Fondos)
Agrupación de Interés Económico (AIE)	-	Sin mínimo legal
Joint Venture ²¹		Mínimo fijado en estatutos

Fuente: Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana

De entre las que acabamos de ilustrar, las que mejor se ajustan al perfil de empresas de traducción e interpretación son la sociedad anónima, la sociedad limitada, y la sociedad cooperativa. En líneas generales, el capital mínimo a aportar para la constitución de una empresa es de 3.000€ y el número mínimo de socios 1, por lo que esto no comporta grandes exigencias. Ahora, los trámites administrativos para constituir la empresa si precisan de numerosas gestiones para presentar la documentación requerida. En definitiva, lanzar una empresa presenta la ventaja de que el patrimonio personal quedará a salvo ya que se distinguen los bienes personales de los profesionales (Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana, 2011).

a. Pasos para la creación de una empresa

Tras detallar cuáles son las figuras jurídicas y los requisitos económicos necesarios para iniciar una empresa pasaremos a enumerar los pasos necesarios para la creación de una empresa desde dos perspectivas: 1) ámbito general que proponen las Cámaras de Comercio, y por otra parte, 2) la del ámbito particular del

²¹ Un joint venture es cuando dos o más negocios se unen para trabajar en un proyecto por un período de tiempo fijo. La creación de ésta requiere una gran inversión de capital y recursos de gestión a medio o largo plazo.

sector de la traducción e interpretación siguiendo el Vademécum publicado por Gouadec (1989) y el Cuaderno de Orientación para el Emprendimiento (2009).

A. Las distintas Cámaras de Comercio de toda España con el impulso recibido del Gobierno de España y el Fondo Social Europeo han puesto a la disposición de los ciudadanos asesoramiento empresarial a través de la Ventanilla Única Empresarial (VUE) y la formación online. Este servicio al ciudadano además del asesoramiento ofrece recursos de acceso público y gratuito entre los que constan manuales del emprendedor que detallan los pasos para la creación de una empresa. A continuación resumimos estos pasos en una tabla para seguidamente explicar cada uno de ellos:

Tabla 15. Pasos para la creación de empresa

Pasos para la creación de una empresa
1. Plan de empresa
2. Trámites y obtención de recursos
3. Formas jurídicas de constitución
4. Obligaciones fiscales

Fuente: Manual del emprendedor, CCCV (2011).

1. El **Plan de Empresa** contendrá el contenido del proyecto empresarial, y abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica. Se trata por ello de una herramienta básica para poder hacer un seguimiento del desarrollo de la actividad empresarial, analizando y comparando previsiones y resultados. Además, el Plan de Empresa sirve como tarjeta de presentación del proyecto empresarial, ante entidades financieras, instituciones o posibles socios. En líneas generales, todo Plan de Empresa debe contener una descripción de los siguientes detalles: datos básicos de la empresa, datos básicos del proyecto, tipo de producto o servicio, el estudio de mercado, el plan de producción, plan de márketing, estudio económico-financiero y el plan de viabilidad (Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana, 2011).

2. Los **trámites administrativos** correspondientes al ejercicio de la actividad empresarial los podemos encontrar detallados en el portal de

Emprendedores y PYMEs de la Secretaría General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa²². El primer trámite será el Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores seguido de otros trámites que variarán en función de la forma jurídica que se adopte para la constitución de la empresa y que se puede consultar en este mismo portal. Por otra parte, la obtención de recursos financieros es una necesidad para empezar la actividad. Cualquier entidad bancaria puede informar sobre los tipos de financiación que ofrecen a empresas junto con las condiciones. Ahora, debemos distinguir entre la financiación por deuda, en la que el empresario se compromete a devolver la cantidad adeudada más los intereses estipulados, y la financiación por recursos propios, en la que se reciben aportaciones de fondos, cediéndose una parte del accionariado de la compañía, con la posible pérdida de control que ello puede suponer. Por otro lado, tenemos las ayudas públicas, una alternativa que lanzan los organismos públicos para hacer frente a la necesidad de las empresas de nuevo nacimiento. Las subvenciones que se ofrecen no financian el 100% del proyecto, pero en muchos casos, puede ofrecer una cantidad lo suficientemente alta como para financiar el proyecto. Lo que está claro es que no siempre debemos depender de la obtención de una subvención o ayuda, pues no siempre las conceden. No obstante, para hacer frente a la desinformación que existe alrededor de las subvenciones y ayudas públicas es conveniente informarse en todas las administraciones antes y después de la puesta en marcha de nuestra empresa. Asimismo, existe la posibilidad de acceder a financiación a través de entidades bancarias mediante por ejemplo, el préstamo ICO-liquidez que son fondos del gobierno destinados a la inversión de autónomos y empresa, que siguen unos parámetros especiales y que cada entidad bancaria decide sobre su concesión en función del riesgo de la operación. Para más información, cualquier Cámara de Comercio de España, puede asesorar sobre los planes y vías de financiación para el emprendedor. En particular, la Cámara de Comercio de Valencia²³ ofrece: Microcréditos para emprendedores, Microcréditos para mujeres, Líneas ICO, Enisa, Enisa Emprendedores, Enisa Jóvenes Emprendedores, Líneas IVF Emprendedores, Business Angels y Venture Capital y un Programa de Microcréditos INJUVE.

²² <http://www.ipyme.org/es-ES/creaciondelaempresa/ProcesoConstitucion/Paginas/Tramites.aspx>

²³ <http://www.camaravalencia.com/es-ES/emprendedores/Documents/vias-de-financiacion.pdf>

3. La **forma jurídica** que va a adoptar la empresa es el tercer paso a seguir: autónomo, sociedad civil, limitada, anónima, unipersonal, colectiva, etc. Para elegir el tipo de sociedad, cabe tener en cuenta el tipo de actividad que va a ejercer el traductor o intérprete, el número de socios, el capital y las necesidades económicas del proyecto, la responsabilidad, los promotores, la responsabilidad de los promotores, y los aspectos fiscales. El Ministerio de Industria, Energía y Turismo, desde su Secretaría General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa²⁴, informan de la forma jurídica que puede adoptar una empresa en España y detallan las especificaciones para cada forma jurídica.

4. Por último, tenemos una serie de **obligaciones fiscales** antes de empezar la actividad y después de haberla empezado entre las que figuran: presentar la declaración censal, darse de alta en el Impuesto de Actividades Económicas, presentar las declaraciones del IVA trimestralmente y un resumen anual, declarar los ingresos y realizar la declaración anual de operaciones con terceros durante el mes de marzo. Algunas de estas obligaciones corresponden con los trámites iniciales que hemos citado en el paso dos sobre trámites administrativos.

Como vemos, la empresa privada lleva asociadas varias obligaciones tanto administrativas como fiscales que deben seguirse previa y posteriormente. Por una parte, esto supone desventajas pues al comienzo de una actividad económica independiente podemos fracasar por la inexperiencia, falta de clientela, falta de financiación, necesidad de invertir en nuevas tecnologías y formación personal, etc. por lo tanto, el riesgo sobre todo al principio es elevado. No obstante, también debemos tener en cuenta las ventajas que son la flexibilidad horaria, la mayor libertad para disponer de sí mismo, tener el propio salario y el 100% de los beneficios que se obtienen cada mes, la inversión en proyectos propios y la especialización de campo.

b. Vademecum para la creación de una empresa según Gouadec

Por otra parte, la propuesta de Gouadec (1989), experto en el campo de la traducción, integra un *Vade-mecum* para la creación de una empresa. En la

²⁴ www.ipyme.org/es-ES/DesarrolloProyecto/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx

siguiente tabla se detallan cada uno de los pasos a seguir para la creación de una empresa. Como se puede observar, las distintas etapas presentan algunas diferencias en su estructura y nomenclatura con respecto al *Manual del Emprendedor* aunque al fin y al cabo ambas propuestas comparten todos los pasos:

Tabla 16. Vademecum para la creación de una empresa de Tel

Étapes	Remarques
1. Définition des services	Nature, tarifs
2. Etude du marché	Les services offerts correspondent-ils aux attentes des entreprises? <div style="text-align: center;"> Non Qui </div> Redéfinition des services et au besoin études complémentaire
3. Elaboration d'une politique commerciale	Ventes, facturation
4. Détermination des ressources nécessaires	Personnel, matériel, locaux
5. Etude financière	Financement des investissements, charges d'exploitation, constitution du dossier financier
6. Formalités juridiques	Eléments d'identification, formalités de constitution de l'entreprise

Fuente: Gouadec, 1989:106.

1. La **definición de los servicios** es crucial para dar a conocer qué servicios lingüísticos la empresa u oficina de traducción vaya a ofrecer al cliente. En las grandes urbes o en países donde existe un fuerte mercado de traducción e interpretación como Bélgica, Suiza o Canadá la especialización será clave. Sin embargo, en países donde la traducción no es tan demandada y especialmente en zonas fuera de las grandes urbes será necesario, como Gouadec apunta, incluir el mayor número de servicios lingüísticos posibles entre los que incluir:²⁵ traducción; interpretación; terminología y elaboración de glosarios; relectura, revisión y rescritura de documentos; redacción en lenguas extranjeras; búsqueda documental; informe de conferencias; domiciliación telefónica; organización de

²⁵ En Gouadec, D. (1989, pp.107-113): «Le traducteur, la traduction et l'entreprise».

viajes; representación en ferias de muestras, entre otros. Asimismo, conviene definir las lenguas de trabajo para cada uno de los servicios y los sectores de especialización. Además, Gouadec advierte que conviene conocer la demanda del mercado así como las herramientas disponibles para desempeñar cada tarea antes de ofrecer cualquier servicio.

Las tarifas también deben estar claras antes de establecer nuestros servicios así como el coste del servicio prestado; las tasas fijas o variables; las tarifas de la competencia; las tarifas establecidas por los organismos; el volumen y la regularidad de la contratación de servicios de un cliente (con posibilidad de tarifas especiales) y los clientes *a priori*, aquellos susceptibles a predefinir un tarifa máxima. En definitiva, al crear nuestra empresa debemos establecer todas nuestras tarifas e incluir los detalles en las facturas tanto en los presupuesto antes de empezar un servicio como posteriormente cuando se manda la factura.

2. El **estudio de mercado** se realiza tras haber definido los servicios que se van a prestar para verificar que realmente las empresas van a necesitar de tus servicios. Este estudio de mercado debe realizarse por uno mismo o bien por alguna empresa que realice este servicio. El estudio de mercado debe incluir: el censo de empresas a contactar o al menos un listado de empresas (exportadoras e importadoras) que pueden encontrarse en la Cámara de Comercio e Industria, prensa especializada, prensa local, anuarios interprofesionales, entre otras; la preparación de un formulario personal para rellenar con los datos de las empresas potenciales; la elección del nombre de la futura empresa (efectuado con ayuda o sin la ayuda del OEPM, Oficina Española de Patentes y Marcas);

3. La elaboración de una **política comercial** que defina nuestros servicios, los clientes a los que queremos ofrecer nuestros servicios y la oferta comercial que vamos a desarrollar. Esta política comercial es la que hace referencia a la política de venta que el empresario establezca. Como menciona Gouadec «qualité, rapidité, spécialité et proximité», son algunas de las características a tener en cuenta. Debe incluirse el plan de márketing de la empresa y de los servicios. Por otra parte, el modo de facturación y los tiempos también deben establecerse.

4. La determinación de los **recursos necesarios** es esencial para el buen funcionamiento del negocio. Así pues entre los recursos debemos incluir la

contratación de trabajadores en caso necesario, el material de oficina y las herramientas de trabajo tales como mesa, teléfono, fotocopiadora con escáner, ordenador, software de traducción, acceso a Internet, diccionarios, etc., y establecer un lugar o una oficina de trabajo fijo.

5. El **estudio financiero** se plantea como decisivo y determinante para la viabilidad del proyecto. En primer lugar cabe tener en cuenta las distintas fuentes de financiación para hacer frente a la inversión que conlleva nuestro proyecto. Cabe además realizar una evaluación de los gastos de explotación, y esto pasarlo a un dossier financiero que deberemos llevar al día pues en él se registran todas las operaciones que realicemos ya sean gastos, ingresos, y pago de impuestos o de los trabajadores asalariados (en caso de tenerlos).

6. Las **formalidades jurídicas** hace referencia principalmente a dos tipos de obligaciones legales. Por una parte, a la determinación de los elementos de identificación de la empresa, es decir a la elección de la forma jurídica de la empresa, y por otra parte a las formalidades de constitución de la sociedad que hace referencia a los trámites sujetos al registro de una empresa nueva.

c. Pasos para la creación de un gabinete de Tel

Finalmente, la Consejería de Empleo y Mujer, unidad de la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo, lanzó en 2009 el Cuaderno de Orientación para el Emprendimiento denominado *Quiero montar una gabinete de traducción e interpretación*, en el que detalla todos los pasos a seguir para su consecución. Además, ofrece un amplio espectro de direcciones de interés tanto de los lugares donde efectuar los trámites administrativos como de asociaciones y organizaciones empresariales de todo tipo. A continuación describimos brevemente los pasos a seguir de acuerdo con el cuaderno²⁶:

²⁶ <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=filename=Cuaderno13.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1220477766672&ssbinary=true>

Tabla 17. Pasos para la creación de un gabinete de TeI

Pasos para la creación de un gabinete de TeI	
1. Elección de la idea de negocio	
2. Análisis DAFO	
3. Elaboración de un plan de empresa	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Descripción de la actividad. ❖ Plan de recursos humanos. ❖ Estudio de mercado. ❖ Plan comercial y de márketing. ❖ Ubicación y local. ❖ Plan económico y financiación de tu proyecto.
4. Elección de la forma jurídica	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Características generales de los diferentes tipos de formas jurídicas. ❖ Las formas jurídicas más habituales para constituir un gabinete de TeI. ❖ Ventajas y desventajas de las formas jurídicas que más te pueden interesar.
5. Gabinete de TeI en Internet	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Creación y promoción de tu web corporativa. ❖ Diseño y contenidos de tu web corporativa.

Fuente: Consejería de Empleo y Mujer. Cuaderno de Orientación al Emprendimiento

Desde una perspectiva más financiera, el artículo publicado por Celia García Vesga (2009) proporciona un plan económico para montar una empresa de traducción. En su artículo incluye un breve plan de negocio, así como consejos y testimonios de otros traductores. La autora afirma que «el éxito de las empresas depende de una gestión comercial eficaz, como en casi todas, y de conseguir una cartera de traductores capacitados y competitivos». En definitiva, montar una empresa de traducción no exige un capital inicial muy elevado, ni oficinas muy espaciosas, tan solo motivación, buena gestión, acceso a las herramientas adecuadas y rodearte de un equipo de traductores que te solvete las necesidades que puedan surgir.

II.3.5. Sector público en España

Los traductores e intérpretes que trabajan para el sector público son aquellos que forman parte del Cuerpo de Traductores e Intérpretes de Lengua adscritos al Ministerio de Asuntos Exteriores. Se trata de trabajadores que tras una oposición han obtenido una plaza para ejercer en la mayoría de los casos como Traductor-Intérprete Jurado aunque también forman parte aquellos que fueron contratados como personal laboral de la Administración Central o de las Autonómicas (Escobar,

1998) y los que antiguamente adquirieron este certificado tras cursar sus estudios en Traducción e Interpretación y superar ciertos créditos de traducción jurídica.

La oposición que deben superar se compone de varios exámenes que estipula la Oficina de Interpretación de Lenguas del Ministerio de Asuntos Exteriores. La orden AEC/2125/2014²⁷ contiene las normas sobre los exámenes para la obtención del título de Traductor-intérprete Jurado, y el Ministerio de Educación otorga los diplomas que autorizan para el ejercicio de la profesión (Mayoral, 2000). Así el Traductor-Intérprete jurado alcanza tras superar por oposición pública, el rango de funcionario.

Para ellos, la Federación Internacional de Traductores (FIT) establece un Código Deontológico que formula que «los Intérpretes Jurados deberán respetar el secreto profesional en cuanto a los trabajos que les son confiados y no utilizar, en beneficio propio o ajeno, los hechos y datos de los cuales hubieren tenido conocimiento con motivo de la ejecución de un trabajo de traducción o de interpretación. La obligación del secreto profesional perdurará incluso después de haber expirado un contrato».

En la actualidad el registro del Ministerio de Asuntos Exteriores de España cuenta con un cuerpo de alrededor de 4.308 traductores jurados. Polonia en cambio dobla nuestro número con 10.500 traductores jurados, y Alemania y Rumanía sobrepasan muy por encima nuestro número con 21.516, y 32.856, respectivamente, según datos publicados en un estudio de la Unión Europea (Pym et al, 2012).

El sistema de traductores jurados es relativamente distinto a lo que sucede en algunos juzgados. La Ley Orgánica 6/1985 del Poder Judicial establece en la sección 231.5 «En las actuaciones orales, el Juez o Tribunal podrá habilitar como intérprete a cualquier persona conocedora de la lengua empleada, previo juramento o promesa de aquella» De hecho, el aumento de inmigrantes de países del Este y África ha aumentado la demanda de traductores de lenguas minoritarias está en alza a pesar de que muchos de los traductores no han recibido una formación en traducción e interpretación (EC, 2012).

²⁷ <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/ServiciosAlCiudadano/Documents/Orden%20AEC-2125-2014%2c%20de%206%20de%20noviembre-Ex%C3%A1menes.pdf>

En síntesis, los traductores e intérpretes que trabajan en el sector público, pueden ser funcionarios del Estado por oposición, o no. En cuanto a la modalidad, trabajar en el sector público requiere de especialización, pues se trabaje para el Ministerio de Justicia como para las Administraciones Públicas u otras instituciones de gestión pública, el ámbito de los textos será, en su mayoría, técnico; es decir, textos relacionados con materias muy específicas que entienden desde un informe sobre medio ambiente a un acuerdo internacional o la traducción de una sentencia extranjera o las características técnicas de un contrato (Comisión Europea, 2011).

II.3.6. Sector público en instituciones europeas

La Unión Europea es una de las instituciones internacionales que concentran el mayor número de traductores-intérpretes del mundo pues cuenta en la actualidad con 24 lenguas oficiales y de trabajo a las que se traducen documentos diariamente. Las principales instituciones europeas que albergan servicios de traducción e interpretación suman un total de diez y son la Comisión, el Consejo, el Parlamento Europeo, el Comité Económico y Social Europeo, el Comité de las Regiones, el Tribunal de Justicia, el Tribunal de Cuentas, el Banco Central Europeo, el Banco Europeo de Inversiones y el Defensor del Pueblo Europeo.

De entre estas instituciones la Dirección General de Traducción (DGT) de la Comisión Europea es con diferencia la que alberga el mayor número de traductores debido a las necesidades de traducción de la Comisión. Así pues la DGT cuenta, según su portal oficial, con una plantilla total de 2300 trabajadores de los cuales 1700 son traductores y 600 son asistentes²⁸. A su vez, la DGT divide a sus traductores por lenguas y por unidades de especialización que corresponden con las siguientes áreas de las políticas de la Comisión: agricultura, competencia, asuntos financieros y monetarios, educación y cultura, empleo, energía, medio ambiente, relaciones exteriores, política regional, entre otras (EC/Memo/08/579). Según cifras publicadas en las noticias de prensa de la Comisión la DGT produjo en 2005 un total de 1.324.231 páginas de traducción entre las 20 lenguas oficiales con las que contaban en aquel momento y en 2007 se produjeron 1,7 millones de

²⁸ http://europa.eu/about-eu/facts-figures/administration/index_es.htm

páginas traducidas; como vemos esto supone un incremento del 14% con respecto a 2005 (EC/Memo/06/173). Respecto fechas más recientes, en 2013 se estiman 2 millones de páginas traducidas y en 2014, algo más de 2 millones. La tabla que se muestra a continuación recoge gráficamente estas cifras de la DGT para el periodo comprendido entre el 2013 y 2015.

Tabla 18. Datos registrados por la DGT entre el periodo 2013-2015



Fuente: Elaboración propia a partir del portal de la DGT²⁹

Además de las mencionadas unidades de traducción, la DGT cuenta con otra unidad transversal especializada en traducción de Internet (*Web translation & editing*) para que los ciudadanos puedan acceder a la información básica en internet sobre las actividades de la UE en los diferentes idiomas oficiales³⁰; y a su vez, cabe hacer mención a que la DGT también externaliza trabajo a traductores independientes y agencias de traducción seleccionadas mediante una licitación, por lo que alrededor del 24% de los encargos de traducción se remiten a traductores freelance (European Commission, 2010)³¹.

Todos estos servicios de traducción repartidos entre las distintas instituciones de la UE tienen un coste aproximado de 800 millones de euros, dato de 2006 y de esta cantidad solo la Comisión tuvo un gasto de 280 millones de euros (EC/Memo/08/579). El régimen lingüístico por el que se rigen está contemplado en el Reglamento n.º 1 de 15 de abril de 1958 que del artículo 217 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea de 27 de marzo de 1957, conocido como Tratado de Roma por el cual todas las lenguas oficiales de los Estados miembros son, a su vez, lenguas oficiales y de trabajo, con excepción del luxemburgués,

²⁹ http://ec.europa.eu/dgs/translation/index_en.htm

³⁰ http://europa.eu/about-eu/facts-figures/administration/index_es.htm

³¹ <https://termcoord.files.wordpress.com/2013/05/here1.pdf>

declarada lengua oficial de Luxemburgo en 1984 y la peculiaridad del irlandés, lengua que tiene otro estatuto lingüístico y en la que sólo se publica el derecho primario.

En el caso español, el catalán, el gallego y el euskera fueron aprobados en 2005 para ser utilizadas en el Parlamento Europeo, el Comité de las Regiones y en el Consejo de Ministros europeo y, por lo tanto, hay que redactar en estas lenguas todos los documentos oficiales y demás textos de alcance general de manera que cualquier versión, en cualquier idioma, es igualmente válida. Además, en el ya citado Reglamento n.º 1 se dice que, «*Por lo que respecta a los Estados miembros donde existan varias lenguas oficiales, el uso de una lengua se regirá, a petición del Estado interesado, por las normas generales de la legislación de dicho Estado*», y así, por ejemplo en España, las diferentes lenguas oficiales pueden ser utilizadas a elección del emisor. No obstante, la Unión rechazó que estos idiomas obtuvieran el estatuto de lenguas oficiales europeas.

Cada institución tiene un servicio de traducción independiente con su propio régimen lingüístico en el que las diferentes lenguas oficiales también tienen, en la práctica, diferentes jerarquías lo que se explica por el contenido de las respectivas funciones. En el conjunto de todas ellas, el español ocupa un quinto lugar como lengua de destino y un lugar casi insignificante como lengua de partida. A continuación, revisamos algunos datos sobre los servicios lingüísticos de las principales instituciones (Escobar, 1998: 2):

«— *Comisión Europea*. La mayor de todas las instituciones de la Unión y con sedes en Bruselas y Luxemburgo cuenta con unos 14 000 funcionarios. Su servicio de traducción se compone de 1.200 traductores de las 11 lenguas oficiales, de los cuales 120 son españoles. En dicho servicio se traducen alrededor de un millón de páginas anuales exclusivamente hacia la lengua materna o lengua principal, como ellos mismos dicen para no ofender a las minorías lingüísticas bilingües.

Las 11 lenguas son oficiales y de trabajo pero las principales lenguas vehiculares son el francés y el inglés, lo que les convierte no sólo en los idiomas más utilizados en la redacción de los textos originales, sino también en los más traducidos en uno y otro sentido. Como hemos dicho, la situación del alemán es algo particular porque, a pesar de que son pocos los textos redactados en esta lengua, la versión alemana es necesaria en todas las fases de discusión interna de las propuestas legislativas de forma que cuando se reúnen las veinte Comisarías no empiezan a trabajar hasta que no se dispone de la versión alemana.

— *Consejo de la Unión Europea (Consejo de Ministros)*. Cuenta con unos 2.500 funcionarios y tiene su sede en Bruselas. Su división de traducción tiene unos 400 traductores de las 11

lenguas. Es uno de los pocos reductos internacionales de predominio del francés de manera que a los candidatos a traductores se les exige el conocimiento de dicha lengua.

— *Parlamento Europeo.* Tiene sedes en Luxemburgo y Estrasburgo, aunque las comisiones parlamentarias trabajan principalmente en Bruselas. La plantilla está formada por unos 3.200 puestos permanentes y unos 500 contratados. Su división de traducción cuenta con unos 400 formados traductores que traducen de y hacia todas las lenguas siendo la institución más auténticamente multilingüe.

— *Comité Económico y Social y Comité de las Regiones.* Tiene su sede en Bruselas. Funcionan con una infraestructura común, con unos 600 puestos en plantilla. Su servicio lingüístico cuenta con unos 150 traductores.

— *Tribunal de Justicia.* Su sede está en Luxemburgo, con 750 puestos permanentes y 87 temporales entre los cuales hay 250 traductores de todas las lenguas todos ellos licenciados en derecho. Existen además otros organismos como la Agencia Europea del Medio Ambiente, Europol, Banco Central Europeo, Oficina de Patentes, Observatorio Europeo cuyo servicio de traducción central, con sede en Luxemburgo, se está creando en la actualidad».

La UE cuenta además con numerosas agencias especializadas y descentralizadas que precisan de una comunicación multilingüe de calidad. Con el fin de prestar los servicios de traducción necesarios para el buen funcionamiento de la UE, en 1994 se creó el Centro de Traducción de los Órganos (CdT) de la Unión Europea. Este organismo tradujo en 2009 un total de 736.089 páginas para sus 47 clientes, entre los que figuran la Agencia Europea de Medio Ambiente (AEMA), la Agencia Europea para la Evaluación de Medicamentos (EMA), y la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI). En cambio en 2014 se tradujeron 758,061 páginas, lo cual supone una evolución lineal con respecto a 2009. Aunque el volumen de traducciones realizadas por este organismo es inferior al de la DGT de la Comisión, el trabajo que realizan y el número de traductores contratados también es significativo (Rupérez y Vítóres, 2012).

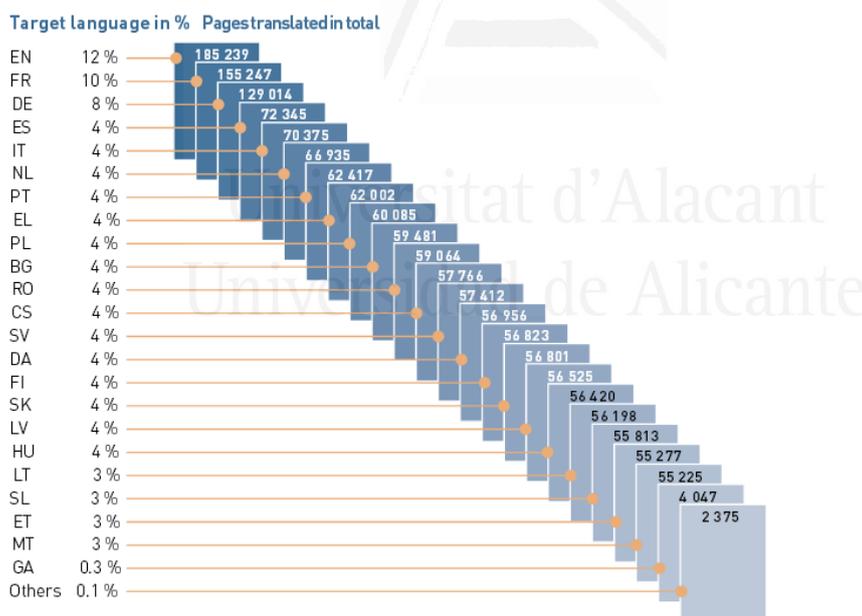
Para la interpretación, la Unión Europea creó el Servicio Común Interpretación-Conferencias de la Comisión Europea, considerado el mayor servicio de interpretación del mundo ya que emplea a una media de 700 intérpretes en las cerca de 50 reuniones que celebran diariamente, tanto en Bruselas como en otros lugares, las distintas instituciones: El Consejo de la Unión, la Comisión, el Comité Económico y Social, el Comité de Regiones y el Banco Europeo de Inversiones, así como los diferentes organismos europeos establecidos en los Estados miembros.

Para formar parte del cuerpo de funcionarios intérprete, se requiere un profundo conocimiento de la actualidad, en particular política y económica, dotes

de comunicación oral (expresarse en público con propiedad, soltura y claridad) y excelentes conocimientos de al menos 3 de los 11 idiomas siguientes (incluyendo el materno): alemán, danés, español, finés, francés, griego, inglés, italiano, neerlandés, portugués y sueco. Aunque, la combinación lingüística que se exige a los candidatos de lengua española incluye 3 de los otros 10 idiomas o bien francés o inglés más otro idioma oficial que no sean el italiano ni el portugués o bien español e inglés más otro idioma oficial que no sean el italiano ni el portugués.

Además de estos servicios lingüísticos fijos o de plantilla del cuerpo de funcionarios lingüistas, se recurre también a la contratación exterior, ampliando así la oferta al sector privado. La contratación se realiza a través de las ofertas públicas y pueden optar a ellas los profesionales de todos los Estados miembros que cumplan los requisitos exigidos. La tabla que mostramos a continuación recoge el porcentaje de volumen de trabajo para cada lengua de la Unión Europea en 2010 y detalla a su vez la cantidad de páginas traducidas durante ese año.

Tabla 19. % de volumen de trabajo para cada lengua y páginas traducidas.



Fuente: European Union, 2010

A estas 23 lenguas les sumamos la última adhesión de Croacia en 2013, y así suman un total de 24 lenguas oficiales para los 28 países que conforman la Unión.

Un requisito fundamental para trabajar para el SdT (Servicio de Traducción) de la Unión Europea sea quizá el conocimiento y manejo de distintos software, memorias de traducción de traducción y bases de datos terminológicas, es decir,

las nuevas tecnologías pues la UE utiliza todas las versiones actualizadas de los programas de traducción. Estas herramientas de traducción facilitan en gran medida el trabajo pues pueden acceder a cualquier documento original que haya sido traducido así como a la traducción del mismo a través del SdTVista, que es un sistema de archivado electrónico del SdT que funciona desde 1994, y que por lo tanto, registra todas las traducciones realizadas desde esta fecha (Escobar, 1998).

Otro dato significativo a tener en cuenta es la elevada tasa de freelance o autónomos externos que contrata la Unión Europea y que va en aumento con los años. Según datos de un informe de la Unión Europea (2012), en 1997 el 16.4% de las traducciones fueron realizados por empleados freelance, en 2004, el 23% del trabajo y en 2008, un 26.3%. Como además informa el CdT (Centro de Traducción de los Órganos de la Unión Europea)³² en su portal oficial, este mismo CdT externaliza trabajo a miles de traductores freelance y este trabajo es revisado por los lingüistas del Centro quienes examinan la calidad de estos trabajos antes de entregarlos al cliente.

Con esto se ratifica una vez más nuestro planteamiento sobre el aumento del perfil del emprendedor autónomo, una afirmación que vamos, además, a corroborar en nuestro estudio empírico que detallamos en el capítulo quinto.

II.3.7. La traducción y la interpretación en los organismos internacionales

Los organismos internacionales, integrados por un conjunto heterogéneo de naciones plurilingües, llevan a cabo una labor de interpretación y traducción sistemática y organizada de los documentos producidos a raíz de las deliberaciones, reuniones y conferencias que se realizan entre ese abigarrado conjunto de naciones. En consecuencia, dichos organismos disponen de unos servicios de traducción e interpretación independientes y sólidamente estructurados que trabajan según unas normas muy elaboradas y que constituyen, por el elevado nivel retributivo de sus funcionarios, una de las salidas más ambicionadas por los traductores e intérpretes.

³² http://europa.eu/about-eu/agencies/regulatory_agencies_bodies/policy_agencies/cdt/index_es.htm

Pero su contribución a la bolsa de trabajo de la traducción no se limita, como veremos, al reclutamiento de dichos funcionarios ya que el volumen de trabajo exige la contratación de servicios en el exterior. En los organismos internacionales hay cierto número de lenguas oficiales y todas ellas gozan, en principio, de la misma consideración. Ahora bien, una cosa es la consideración jurídica —que efectivamente existe— y otra muy diferente su aplicación real. El análisis de esta desigualdad funcional entre las así llamadas lenguas oficiales es sumamente indicativo del peso de cada una de ellas y de su consideración en el mundo, que no es sino el reflejo de la que gozan sus respectivos países.

Al hablar de organismos internacionales hacemos referencia a instituciones como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que traduce a seis lenguas oficiales: francés, inglés, español, árabe, chino y ruso, de las que sólo dos, el inglés y el francés, son lenguas oficiales o de trabajo. La diferencia entre los organismos internacionales y las de la Unión Europea estriba en el hecho de que la ONU, por ejemplo, es realmente una organización internacional mientras que las que componen la UE son organizaciones supranacionales, matiz que condiciona fuertemente su régimen lingüístico, basado en el principio del respeto al multilingüismo. La ONU al igual que la UE, organiza exámenes para la contratación del personal de idiomas con el fin de establecer una lista de candidatos que cumplan las condiciones requeridas para ser contratado en una de sus sedes u oficinas de las comisiones regionales de Nueva York, Ginebra, Nairobi, Viena, Adís Abeba, Bangkok, Beirut y Santiago de Chile (Nóbrega, 2008). La unidad de la ONU para la Alimentación y la Agricultura (FAO) es también mundialmente reconocida, al igual que la Organización Mundial de la Salud (OMS). Estas no obstante, trabajan cada vez más con traductores *freelance*, limitando así la contratación de traductores e intérpretes en plantilla.

Dentro de la traducción institucional hay que contar también con la oferta generada por las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), algunas de las cuales cuentan con una gran plantilla de traductores que están continuamente recibiendo y generando información en todos los idiomas, tanto en lo que se refiere a documentos escritos como a congresos y coloquios. Así es el caso de

Unicef, Acnur, WWF, Manos Unidas o Intermon Oxfam, ONGs que cuentan ya actualmente con un gran número de traductores e intérpretes voluntarios.

La Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) es otra institución internacional que trabaja con dos lenguas: inglés y francés con una mayoría de traductores de francés, pues cuenta con más de cuarenta con esta combinación. Los traductores contratados no tienen el status de funcionarios aunque están contratados por tiempo ilimitado y los textos que se traducen son esencialmente políticos y militares, aunque también pueden contener referencias a cuestiones jurídicas y económicas (Fernández-Miranda, 1996-1997).

En cuanto al Consejo de Europa, es la institución que tiene como objetivo principal la defensa y protección de la democracia, el Estado de Derecho y los derechos humanos, y su órgano más activo es el Tribunal Europeo de Derechos Humanos. La lengua principal de trabajo es el inglés, aunque se traduce hacia el ruso, italiano, alemán, español y otros países de la Europa del Este. Los documentos de trabajo se refieren principalmente a los derechos humanos, a la educación, a la sanidad, a la preservación del entorno, y temas afines. Los traductores son funcionarios aunque también se contratan *freelances* temporalmente.

La EUROPOL, con base en La Haya, es la Oficina Europea de Policía, una agencia de la Unión Europea responsable del intercambio y análisis de información sobre actividades delictivas y orientadas a la lucha contra la delincuencia internacional y el terrorismo. Las lenguas de trabajo son las mismas que en el resto de la Unión Europea, principalmente, inglés y francés. No obstante, como establece el artículo 33.1 «los informes y toda la documentación que se dé a conocer al Consejo de Administración deberán presentársele en todas las lenguas oficiales de la Unión Europea; las lenguas de trabajo del Consejo de Administración serán las lenguas oficiales de la Unión Europea». Para las traducción el artículo 33.2 establece que «de las traducciones necesarias para los trabajos de Europol se hará cargo el Centro de Traducción de los órganos de la Unión» (AEPD, 1998).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD/OCDE)³³ tiene base en París y agrupa a 34 países miembros. Su misión es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo. Al igual que las anteriores, las lenguas de trabajo son el inglés y el francés. Cerca de los 250 documentos que crean al año se publican en estas dos lenguas, y otros se publican en las lenguas de los países que conforman esta Organización.

Por último, la Organización de los Estados Americanos (OEA³⁴) la conforman hoy en día 35 Estados miembros de las Américas y constituye el principal foro gubernamental político, jurídico y social del Hemisferio Occidental. Entre sus estados miembros cuenta con países como Argentina, Brasil, Chile, Cuba, Estados Unidos de América y Paraguay. La sede principal reside en Washington DC. La OEA brinda servicios de interpretación y traducción en sus cuatro idiomas oficiales, español, francés, inglés y portugués. Además de contratar a intérpretes y traductores independientes, ofrecen en su división de idiomas un amplio espectro de documentación oficial de la Organización así como otros materiales de referencia con el fin de agilizar el trabajo de los mismos.

Vistas estas organizaciones internacionales, no quisiéramos concluir este apartado sin antes decir que existen muchas otras organizaciones que trabajan en distintas partes del mundo entre ellas la UNESCO, y otras como por ejemplo, la *African Union*, de África, la ASEAN, *Association of Southeast Asian Nations* de Asia o la UNASUR, la Unión de Naciones Suramericanas, de Suramérica. Todas ellas persiguen diversos fines pero al tratarse de organizaciones internacionales, todas ellas cuentan con divisiones lingüísticas destinadas a la traducción e interpretación

A continuación, vamos a pasar a revisar qué requisitos demandan los nuevos mercados entre los que veremos las herramientas tecnológicas y las actitudes hacia el networking y el emprendimiento.

³³ <http://www.oecd.org/centrodemexico/46440894.pdf>

³⁴ <http://scm.oas.org/language-es.html>

II.4. Nuevos mercados laborales

«Los mercados son conversaciones»
Searls y Weinberger, *The Cluetrain Manifesto*

Al inicio de este capítulo hacíamos referencia a la necesidad de que los traductores e intérpretes recibieran una formación que los preparase para enfrentarse a la nueva demanda del mercado (Vega, 1996; European Commission, 2008), por lo que adquirir nuevas competencias y aprender las habilidades que pide el mercado globalizado va a ser fundamental para hacer frente a cualquier puesto de trabajo. Entre las nuevas competencias que deben adquirir los estudiantes universitarios se incluye la del manejo de Internet y las herramientas tecnológicas. Con la llegada de las tecnologías, los ordenadores son sobre todo una herramienta imprescindible tanto para procesar datos como para la búsqueda documental, aprendizaje colaborativo o el almacenaje de bases de datos, y cientos de otras tareas que se pueden realizar con ellos. En este apartado veremos como el nuevo mercado de trabajo se encuentra ahora en la Web 2.0, la cual alberga las herramientas que necesitan los traductores para trabajar, aprender y contactar con sus clientes y nuevos clientes; en definitiva, la Web 2.0 da acceso a los trabajos que muchos están buscando.

II.4.1. Mercado en la Web 2.0

Desde los inicios de Internet a mediados de los años 90, hemos atravesado constantes cambios. Hoy, ya no se navega Internet para buscar en páginas creadas para ser leídas sino que ahora Internet, o la también denominada Web 2.0, es mucho más interactiva y facilita cada vez más el seguimiento de noticias, hablar con amigos, conocer a gente nueva y acceder y compartir información por cuestiones laborales o de ocio (Ubeda, et al., 2013; Dellarocas, 2003). Según O'Reilly (2004) "*Web 2.0 is the business revolution in the computer industry caused by the move to the internet as a platform, and an attempt to understand the rules for success on that new platform*". Pero más allá de esta definición y como otros autores han afirmado, la clave del éxito de la Web 2.0 reside en la idea de la colaboración (O'Reilly, 2007; Ubeda, et al., 2013; Kaplan y Haenlein, 2010; Gruber, 2009).

La industria de la traducción está siendo alterada en su forma de operar con las posibilidades que le ofrece la Web, no sólo en lo referente a cómo comercializa sus productos y servicios sino también, en cuanto a las nuevas modalidades de traducción que está facilitando el desarrollo tecnológico, encaminadas a ser mucho más cómodas y rápidas que las tradicionales. No sin razón son ya numerosas las empresas de traducción que trabajan en el medio virtual pues agilizan las necesidades actuales de globalización de los mercados traduciendo las ingentes cantidades de información electrónica que se generan diariamente en la red. Un estudio llevado a cabo por Navas y Palomares (2002) examina algunas empresas que operan por Internet para conocer ciertos aspectos de su realidad profesional en el medio digital. Los autores observaron que desde la década de los 90 empezaron a operar empresas de traducción e interpretación en Internet y que de entre las encuestadas, el 88,37% afirmaron que desde que tienen presencia en Internet los procesos de traducción son más cómodos y más rápidos (79,06%).

Como Gouadec (2007) afirma la web ha cambiado la manera de trabajar de los traductores y se refiere a Internet y los software para traducir como la revolución universal en traducción:

“the universal revolution in translating is the one that has taken translators from a pen and paper environment to a world of workstations and CAT tools that are getting ever more sophisticated, turning the translator into someone much like an airplane pilot, connected to the outside world by an amazing variety of tools designed to help find information, communicate with other and carry out all the different tasks required (Gouadec, 2007: 263).

La Web 2.0 se ha establecido, por la tanto, como un nuevo mercado que abarca prácticamente cualquier necesidad que debamos cubrir para que nuestro negocio prospere, ya sea la búsqueda de clientes, socios, herramientas; en definitiva, las oportunidades que ofrece esta nueva plataforma son infinitas, tan solo queda usarlas correctamente. Como afirma O'Reilly (2009), la Web 2.0 contiene un principio fundamental, los servicios de la Web mejoran cuanto más usados son.

II.4.2. Herramientas de comunicación interactivas

La Web 2.0 es una extensa plataforma que da cabida a todo tipo de herramientas de comunicación como, por ejemplo, blogs, redes sociales, listas de distribución, foros de discusión, herramientas de colaboración para intercambio de opiniones o wikis, plataformas de entretenimiento, etc. (Jenner y Jenner, 2010). De entre todas estas herramientas, las plataformas de comunicación interactivas que lideran el mercado internacional son las redes sociales, que como veremos, lideran las esferas profesionales, personales y educativas. Otra herramienta que ha copado los rankings de creación son los blogs, plataformas que han ganado adscritos y gran difusión entre los internautas. Por su carácter innovador y la gran popularidad ganada entre nuestro sector vamos a centrarnos en las redes sociales y los blogs, dos herramientas potencialmente útiles para traductores e intérpretes bien sean estudiantes, bien empresarios o *freelance*.

a. Redes sociales

Las redes sociales, un componente de la Web 2.0, han llegado para suplir nuestra necesidad de conectar e interactuar con otros, e incluso a nivel virtual. Internet y las redes sociales han evolucionado para formar parte de casi cada faceta de nuestra vida personal y laboral (Kietzmann et al., 2011; Ubeda et al., 2013). Los individuos como usuarios pueden establecer una comunicación bidireccional que es ahora instantánea. Pero las empresas también se benefician de las redes sociales pues ofrecen la oportunidad de unirse cada día a conversaciones entre empleados desde cualquier rincón del mundo. También les permite llegar a y entender a los consumidores como nunca antes, además de hablar sobre su empresa y sus productos o servicios así como ayudarles a controlar las percepciones e identificar los comentarios positivos y negativos (Kaplan y Haenlein, 2010; Ubeda et al. 2013;).

Tanto si se trata de una empresa pequeña, mediana o grande el éxito de la misma dependerá entre otros factores del uso de las herramientas sociales. Hoy, las empresas están más concienciadas que nunca sobre el potencial del uso de las redes sociales para crear un reconocimiento de la marca, generar ingresos, obtener feedback de los clientes y mejorar las relaciones con los clientes, especialmente en

momentos de crisis económica (ISACA, 2010; Edosomwan, et. al, 2011; Müllern, 2011; Ubeda et al., 2013).

Como afirman Jenner y Jenner (2010) tanto las redes profesionales -LinkedIn, como las redes sociales -Facebook- permiten mantenerse al día con los círculos de la vida personal. Los perfiles personales no son exactamente la herramienta más apropiada para promocionar un negocio o servicio, pero sí pueden servir de gran ayuda puesto que son gratuitos y todos los contactos pueden seguir la oferta comercial. La vida personal y profesional pueden superponerse, y de hecho la de muchos empresarios y autónomos continuamente se superponen. Como además explican las autoras en numerosas ocasiones los clientes acaban rompiendo la barrera de lo profesional para formar parte de la personal.

La red social que lidera este campo de comunicación interactiva es Facebook, la red social con mayor afluencia mundial y que cuenta según datos de Statista³⁵, de agosto de 2015, con 1,490 millones de usuarios. Por lo que Facebook se convierte en la mejor herramienta virtual para la oferta de servicios de traducción. LinkedIn, fundado en 2002, es la red profesional que mayor renombre ha adoptado pues concentra millones de perfiles profesionales, tanto individuales como de empresas y negocios y ofrece la posibilidad de seguir información, noticias, publicar y buscar trabajo. Al igual que Facebook, esta red se convierte en una herramienta de difusión y comunicación clave para los traductores e intérpretes. Al hilo de estas dos redes, Twitter también lidera el mercado de las redes sociales. De hecho las empresas más tecnológicas la utilizan para vender sus productos y obtener grandes beneficios como por ejemplo, Dell aumentó sus ingresos entre 2007 y 2009 en \$3 millones (Cain, 2009), o Verizon Communications, que desarrolló una estrategia de redes sociales para aumentar la ventaja competitiva y alcanzó el tercer puesto del ranking mundial de empresas con presencia en Twitter y primer puesto en Norte América en 2012. La presencia en estas redes sociales demuestra pues, que aumenta la ventaja competitiva y como afirman Fisher y Reuber (2011) si se utilizan bien tienen el potencial de afectar positivamente los resultados de una empresa como puede ser el aumento de las ventas, mejora de la imagen corporativa, y, por consiguiente, la reputación de la empresa.

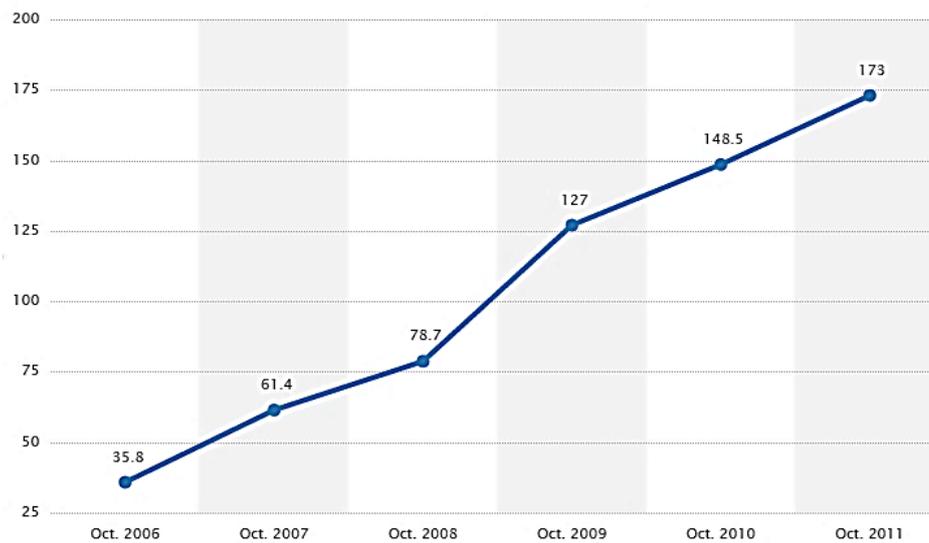
³⁵ Portal que recoge estadísticas y estudios globales.

En el contexto de las salidas profesionales que abordamos en este capítulo, las redes sociales juegan un papel fundamental a la hora de a) lanzar un negocio y promocionar un servicio a través de una buena campaña de márketing, y b) buscar clientes potenciales en un mercado virtual que está en activo 24/7. Así lo afirman diversos autores de libros y blogs para traductores como por ejemplo, Gouadec (2007), Jenner y Jenner (2010) o Marta Stelmaszak (2014).

Como hemos mencionado estas herramientas de la Web 2.0 lideran el mercado de la comunicación profesional, el personal pero también el académico y así lo afirman distintos autores (Ebner y Maurer, 2008; Grosseck y Holotescu, 2008; Ramsden, 2009; Ebner et al., 2010) que muestran cómo se han integrado las redes sociales en los currículos de educación superior en contextos de aprendizaje formal. Maloney (2007:B26) considera que las redes sociales “*mirror much of what we know to be good models of learning, in that they are collaborative and encourage active participatory role for users*”. Por lo que, tanto si se trata del ámbito laboral, o el académico, estas herramientas de comunicación se han apoderado de la atención ciudadana por la interacción directa e instantánea que facilitan, una característica que como hemos comentado ha ganado miles de adeptos en las redes principales como Facebook o Twitter.

b. Blogs: personales, profesionales y académicos

Un weblog, o el comúnmente conocido como blog, en su forma más básica es una página personal en formato de diario aunque con un elemento que permite que los blogs tengan vida, la tecnología denominada RSS (*Really Simple Syndication*) que permite que los lectores enlacen la página, se suscriban a la misma e incluso reciban una notificación cada vez que dicha página cambie (O'Reilly, 2009). Con los años, los blogs han ido cogiendo popularidad y en la actualidad miles de personas han creado su propio blog. Existen blogs de diversas temáticas, tanto de interés personal como blogs profesionales. Según los datos de Statista, el portal de estudios y cifras estadísticas, en 2006 ya existían más de 35 millones de blogs en el mundo y en 2008 existían más del doble.

Tabla 20. Millones de blogs en el mundo desde 2006 a 2011.

Fuente: Statista (2015)³⁶

Como se observa en la tabla 17 el número de blogs en red ha aumentado vertiginosamente. De hecho, se han extendido con tanta rapidez debido a como cuenta Flatley (2005) una de sus funciones más interesantes, la posibilidad de que los usuario puedan comentar los posts, lo que se convierte en un foro de interacción, un canal de colaboración.

Desde hace más de una década los blogs personales han copado la bloggosfera. A pesar de esto, España, un país que según Novatris (2006) lidera el ránking europeo de blogs, mensajería instantánea, skype y otra formas de telefonía por Internet, se ha quedado atrás en la adopción de blogs por las empresas (Ortiz, 2008). Los beneficios de tener un blog profesional son muchos entre los que encontramos según Jenner y Jenner (2010): compartir y comunicar tus conocimientos sobre la profesión, noticias, experiencia, información actual, etc. que establece un referente de credibilidad para tu negocio; establecer una identidad, el blog te sitúa en el mercado y te indexa en los motores de búsqueda; ampliar tu red de colegas de profesión; puede crear en minutos, a través de plataformas gratuitas como blogger. Como además explica Emerson (2012) para las pequeñas y medianas empresas del sector servicios puede ser una herramienta muy efectiva para establecer el negocio: *“it can be an extremely effective tool to build your social media footprint, establish your brand, or position yourself in your*

³⁶ URL: <http://www.statista.com/statistics/278527/number-of-blogs-worldwide/>

area of expertise. The ultimate benefit of blogging is the opportunity to communicate your expertise and establish your business as a resource”.

Los blogs de empresa pueden adoptar multitud de formas. El estudio del grupo BPMO (Celaya y Herrera, 2006) diferencia en primer lugar entre blogs externos e internos. Para los externos los dividen en 1) blogs de ventas o de marketing, y 2) blogs con enfoque relacional. Para los internos, distinguen también entre 1) blogs para compartir conocimiento, y 2) blogs con enfoque colaborativo. Una tercera diferencia reside en los blogs que tienen como objeto el lucro, es decir, que son empresas. Se trata de personas que buscan aumentar su rendimiento económico a través del propio blog, generalmente a través de la publicidad contextual que colocan en él. Aunque parece que las diferencias están claras, en ocasiones, al igual que sucede con las redes sociales, es difícil precisar cuándo un blog deja de ser personal, o simplemente profesional, o corporativo (Ortiz, 2008).

Por otra parte, los blogs también son cada vez más útiles en el contexto académico, pues miembros de las comunidades educativas de todo el mundo pueden interactuar a través de los blogs. Como afirma Churchill (2008) y otros autores (Flatley, 2005; Huffaker, 2006; Perschbach, 2006; Quible, 2005; Richardson, 2006; Selingo, 2004) los blogs son un tipo de herramienta tecnológica que si se utiliza bien, puede ayudar en gran medida a la comunidad académica. Los blogs ofrecen multitud de posibilidades y sirven como recurso adicional al trabajo del aula pues permiten que los alumnos puedan expresar la opinión, publicar reseñas, trabajos grupales, colaborar en proyectos y gestionar portfolios digitales. Downes (2010) identificó alrededor de cincuenta usos pedagógicos de los blogs en el aprendizaje formal. Entre las ventajas de los blogs para la educación algunos autores destacan los beneficios comunicativos, motivacionales y participativos (Farmer et al., 2008; Kim, 2008); otros subrayan la interacción que genera con otros y sostienen que el feedback constructivo puede desarrollar la habilidad hacia la crítica y el compromiso cívico. Conole y Alevizou (2010) calcularon la existencia de alrededor de 400,000 blogs educativos contenidos solo en edublogs³⁷, la mayor plataforma de creación y almacenamiento de blogs educativos de la web.

³⁷ <http://edublogs.org/>

El concepto de los blogs, como ha sucedido hasta hoy con el resto de tecnologías de la información, ha evolucionado y así, por ejemplo, encontramos lo que se denomina *microblogging*, el envío y publicación de mensajes breves de cualquier temática en redes sociales como Twitter. Conole y Alevizou (2010:29) afirman que *“textual blogs have evolved into other media forms, so that it is possible now to have both audio blogs (also known as ‘podcasts’) and video blogs (‘vlogs’)*. Lo interesante de los blogs es además que pueden almacenar enlaces a distintos repositorios multimedia como Flickr para fotos, o Deviantart para trabajo de artistas, Youtube para videos, y SlideShare para presentación de diapositivas.

En definitiva, los blogs han ganado en los últimos tiempos miles de adeptos y existen tantos tipos de blogs como motivaciones para la creación del mismo. Gracias a la evolución de las tecnologías de la comunicación, hoy encontramos muchos más blogs profesionales que persiguen establecer contacto directo con clientes y compañeros de profesión, y que permiten al público conocer los productos o servicios que ofrece el empresario o trabajador autónomo.

II.4.3. Networking del emprendedor

Este apartado no puede entenderse de forma aislada pues lo expuesto en el apartado anterior sobre el uso de herramientas de la Web 2.0 para traductores e intérpretes tiene su fundamento en lo que llamamos networking. De hecho la mayoría de las acciones llevadas a cabo en las redes sociales buscan compartir contenido, conocer a otras personas, vender servicios, en definitiva, establecer redes de contactos que ayuden a crecer y consolidar la marca personal. Tanto si se trata de lanzar un negocio como de consolidar o buscar nuevos clientes, el networking es un proceso que no se puede pasar por alto, pues hoy más que nunca nos encontramos inmersos en ciclos de redes sociales y profesionales que exigen, de alguna forma u otra, la presencia continua.

Desde 1990 el concepto ‘networking’ ha adquirido gran interés entre los estudiosos del emprendimiento (Hansen, 1995; Chell and Baines, 2000; Jack et al., 2008). Según Neergaard et al. (2005) constituye un factor crítico para el proceso emprendedor. Hoang y Antoncic (2003: 167) lo definen como *“a set of factors and some set of relationships that link them”*; estas relaciones pueden entenderse a

través de los vínculos que forman la estructura de las redes, o a través de la interacción que tiene lugar entre los vínculos. El networking ocupa, por lo tanto, un valor dentro del proceso de creación de empresas, una afirmación que recoge la Teoría de Redes de Birley (1985), Aldrich et al. (1986, 1987) y Johannisson (1988). Estos autores defienden que la red ejerce un impacto sobre el proceso de creación de empresas. Entienden por red, un sistema coordinado de relaciones de intercambio establecido por diferentes empresas especializadas en las distintas actividades de la cadena de valor del producto (Fernández y Junquera, 2001; Alonso-Nuez y Galve-Górriz, 2008). El creador de una empresa necesita cooperar con otros construyendo alrededor una red de relaciones para la obtención de los recursos necesarios para su constitución. Como definen Ollé y Planellas (2003:204) «la *network* del creador de empresa podría considerarse como un intangible estratégico para lograr el éxito de la nueva empresa».

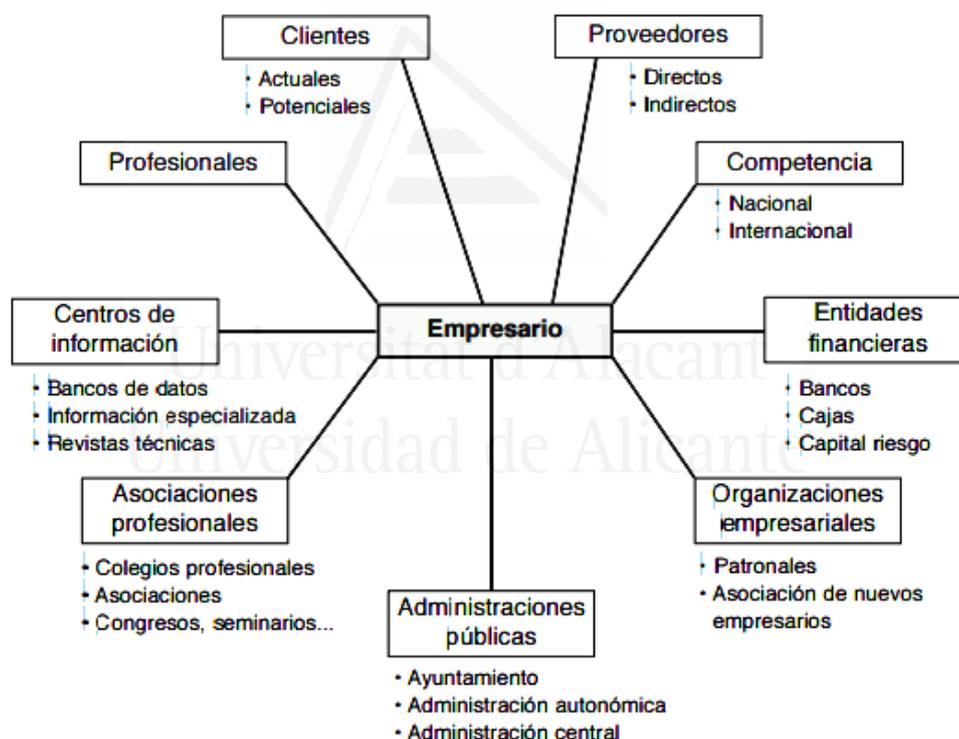
La literatura sobre el *networking* del empresario, establece varios tipos de redes (Alonso-Nuez y Galve-Górriz, 2008). Por una parte están las formales, que tienen lugar entre bancos o cámaras de comercio; e informales, que tienen lugar entre familias, amigos, compañeros de trabajo, etc. (Birley, 1985). Generalmente, los emprendedores prefieren estas últimas por tres razones: 1) el intercambio personal es más potente, flexible y cometido; 2) encuentros casuales pueden aparecer como oportunidades –por coincidencia- que inician y guían el desarrollo estratégico del proceso emprendedor; 3) los emprendedores escuchan y aprenden de sus *partners*, compañeros, proveedores y clientes, pues el intercambio de información crea un vínculo de unión y confianza (Johannisson, 1996).

Otros tipos son las redes de intercambio, de relaciones comerciales; las redes de comunicación, para intercambiar información; y las redes sociales, de familia y amigos (Szarka, 1990). Curran et al. (1993), distingue entre redes obligatorias (aquellas a las que debe pertenecer el empresario para poder sobrevivir) y voluntarias (aun no siendo necesarias para su supervivencia, refuerzan su posición en el mercado). Bryson et al. (1993), las clasifica en: redes de demanda (clientes, nuevos negocios y contactos); redes relacionadas con la oferta y la cooperación con otras empresas suministradoras; y redes concernientes con el apoyo que suministran amigos y familia. Finalmente, Butler y Hansen (1991), clasifican a las

redes en función del estado de desarrollo en el que se encuentra la empresa: primero se establecen las redes sociales, que se desarrollan en la fase anterior al comienzo del negocio donde el emprendedor percibe posibles oportunidades empresariales; a continuación se forman las redes centradas en el negocio llevadas a cabo en la fase de inicio de la empresa, que refleja lazos y uniones con otras personas para el desarrollo de la misma; y por último, se configuran las redes estratégicas, que están influenciadas por las anteriores y hace que el riesgo del negocio se reduzca al establecer vínculos con otros competidores.

La figura que ilustramos a continuación, recoge los distintos componentes que forman la red o network de un empresario y en la que se incluyen desde los clientes hasta los proveedores.

Figura 2. Network del creador de una empresa



Fuente: Ollé y Planellas, 2003.

Hemos visto pues que existen distintos tipos de redes e incluso se puede observar que las estructuras de las redes cambian con el tiempo. No obstante, un factor común para todas las redes es la tendencia a establecer vínculos más afectivos en lugar de calculados (Jack et al., 2010). En ocasiones la actividad que se desarrolla, no es una actividad que surja espontáneamente o que dependa del carácter extrovertido del empresario, sino que es una actividad directiva

necesitada de una esmerada planificación y evaluación, que no puede ser delegada, y esta relación directa es la que establece los vínculos afectivos (Alonso-Nuez y Galve-Górriz, 2008). La interacción entre empresarios es clave para establecer vínculos ya que genera nueva información económicamente valiosa y da lugar a lo que Ollé y Planellas (2003) denominan «aprendizaje mediante la interacción».

Para que esta interacción tenga lugar, deben emerger una serie de elementos con el fin de obtener un desarrollo económico. Cooke (1996) describe cinco elementos clave del networking: 1) la reciprocidad, el deseo por intercambiar información, saber-hacer, y conocimiento del negocio; 2) la confianza, deseo por arriesgar y confiar en los demás; 3) el aprendizaje, reconocer que el conocimiento se desarrolla y las buenas prácticas deben aprenderse; 4) la colaboración, disposición para consolidar las relaciones recíprocas; 5) la descentralización, constatar que tanto la información como las toma de decisiones centralizada o unilateral es ineficiente. Algunas empresas que adoptaron estos principios junto con la adopción de cambios corporativos y tecnológicos como Xerox, Ford Motor Co, IBM, mejoraron su ventaja competitiva de forma significativa. (Morgan, Cooke y Price, 1992).

Otros autores han argumentado sobre las ventajas del networking para las empresas. Desde el punto de vista de dos traductoras profesionales, Jenner y Jenner (2012), para aumentar nuestro negocio conviene aumentar nuestro círculo de influencia:

“In order to grow a translation business –or any business, as a matter of fact – it’s imperative to grow one’s circle of influence. We need to spread the word about our services so potential clients know that we exist. 20 years ago, we were limited to going to networking events and had to rely on traditional (and very expensive) advertising to spread the word about our business. The advent of social media has changed all that. Most of it is free, and it allows small business owners to expand their network with the click of a mouse, from the comfort of a home office. It’s easy and fast and I really don’t see a downside to the use of social media for professional purposes, although I highly recommend establishing a daily time limit so you don’t spend all day online rather than doing actual work”.

Desde el punto de vista de Audretsch (2002) estudioso del emprendimiento, el éxito de un emprendedor no solo puede alcanzarse si la persona cuenta con una serie de factores como son la educación, la experiencia o el grupo étnico al que pertenece, sino como comenta *“their most striking finding is that entrepreneurial*

success is the highest within the context of a network with other entrepreneurs”, es decir, la red de conexiones con otros emprendedores supone al mismo tiempo un factor de éxito para el negocio.

En definitiva, cualquier contribución a favor de aumentar nuestra red de conexiones, puede influir positivamente en nuestro negocio. El networking del emprendedor abarca muchas vías, ya sea a través de la asistencia a eventos, congresos o cursos de formación que nos ayuden a conocer y/o aumentar nuestros contactos o posibles clientes, o a través de las redes sociales, las comunidades virtuales de traductores e intérpretes, los blogs, y foros de discusión. La clave, como hemos argumentado, reside en establecer redes de contactos personales e informales, importante en especial para los jóvenes emprendedores.

II.5. Retos del sector de la Tel: el Intrusismo

«Si nos perfeccionamos en una sola cosa y la comprendemos bien, adquirimos por añadidura la comprensión y el conocimiento de muchas otras cosas».
Vincent Van Gogh

Este sector de actividad, como ya hemos mencionado en varias ocasiones, goza de una larga historia que se ha dado a conocer gracias a estudiosos del sector, a través de sus escritos, teorizaciones e investigaciones. No obstante, este sector es todavía joven pues carece de pilares que lo sustenten y regulen. Entre las carencias de este sector encontramos la falta de un colegio de traductores e intérpretes que regule el mercado profesional y controle el intrusismo que tan notablemente ha afectado a este sector. La falta de un colegio de traductores en España nos lleva a la ausencia de un código deontológico que enumere y regule un código de buenas prácticas, o la falta de un grado especializado solo en interpretación de lenguas y que distinga las dos profesiones.

Pero quizá el principal escollo reside en el intrusismo derivado de la falta de regulación de la profesión en el marco legal español. Esto significa que cualquiera con conocimientos de otras lenguas puede trabajar como traductor o intérprete. La mayor parte de los clientes y la sociedad en general piensa que ser capaz de traducir una lengua extranjera equivale a conocer la lengua, lo cual no refleja en absoluto la realidad, pues la traducción es una tarea muy compleja que requiere el

dominio de una serie de habilidades que van más allá del conocimiento de una lengua. Pujol-Puente (2000) también comenta su preocupación por esta cuestión, y a esta autora se unen otros como Dernoshok (2005) quien afirman que parte de las dificultades con las que se encuentran los traductores e intérpretes en este país se debe al intrusismo y a la falta de valoraciones que sufre la profesión.

Algunos trabajos han querido dar voz a las dificultades que atraviesa este sector cuando han expuesto casos reales de denuncias por malas prácticas (Pascual-Brotons, 2015) dando lugar a titulares en prensa como «El jefe de una mafia india, chantajeado por traductores de la policía» (ABC, 2015); «Una empresa envía a la Policía traductores con antecedentes» (20Minutos, 2008) o «Interior emplea traductores sin garantías en sus investigaciones» (Público, 2008). Estos titulares son solo una pequeña muestra de la necesidad, cada vez más evidente, de que desde los Ministerios del Gobierno Central creen un Colegio de Traductores e Intérpretes bien instruidos y competentes, con normas éticas vinculantes en las que fundamentar el desarrollo de la actividad profesional de este sector.

Otros autores internacionales como Dernoshok (2005) también han hecho eco de este problema. Así en Estado Unidos, por ejemplo, los inmigrantes hispano hablantes procedentes en su mayoría de Latino América residen ya en multitud de estados, han adoptado el idioma del país y, por ello deciden lanzarse a trabajar de traductores e intérpretes, aunque sus conocimientos no sean totalmente competentes para realizar una traducción/interpretación precisas y fieles:

[...] "many self-proclaimed but untrained translators and interpreters, who are somewhat proficient in both languages, have emerged to join the ranks of the formally-prepared linguists, resulting in a professional community composed of a hodgepodge of members in which the formally trained translators and interpreters are often undervalued and unfairly compensated. This is due in great part to downward wage pressure resulting from lower fees charged by untrained colleagues, whose work is often substandard. Therefore, a greater effort must be exerted to bring this to the attention of a public that increasingly relies on the services provided by the professionals in this field, and to transform translation and interpretation in the United States into a more highly respectable and viable career in the new century".

Kussmaul (1995:146-7) también hace referencia a esta cuestión cuando comenta que la profesión del traductor e intérprete es una profesión desprotegida:

"What we need is a new understanding of the translator's role and position in industry and commerce and, indeed, in society. Others may be experts in law, engineering and

business; translators are experts in language and cultures and in the production of texts. [...] Translator, unfortunately, is an unprotected profession. Anyone can call himself or herself a translator. Those who have had professional training in translation, however, should gradually be able to increase the status of the profession”.

Poblet (2009), por otra parte, hace referencia a la situación de los correctores y el creciente intrusismo en este sector que ha desembocado en la bajada de tarifas y depreciación de la profesión. Esto mismo recoge el *Libro Blanco de la Traducción e Interpretación Institucional* (RITAP, 2011:109) cuando afirma que «en muchas licitaciones los precios a la baja son el resultado de la utilización de profesionales de baja cualificación y de cierto intrusismo. La norma establece claramente cuáles son las competencias mínimas que debe cumplir un traductor». Según el Libro Blanco las competencias que deben reunir son las siguientes:

- ❖ Competencia traductora;
- ❖ Competencia lingüística y textual en la lengua de origen y en la lengua de destino;
- ❖ Competencia documental, adquisición y procesamiento de la información;
- ❖ Competencia cultural;
- ❖ Competencia técnica.

Pérez-González (2010) y Susam-Saraeva (2012) entienden por competencia traductora la capacidad de proporcionar una traducción/interpretación coherente y como añade Ericsson (2010:231) “primarily acquired through the engagement in designed training practice fostered in translator training programmes”. Pero la competencia traductora no se limita a saber traducir y conseguir la coherencia textual sino que la fidelidad para con el original también es clave, que muchas veces se aprende a través de la formación a la que hace referencia Ericsson (2010). Asimismo, Pérez-González (2010) y Susam-Saraeva (2012) constatan que el número de *non-professionals* ha aumentado debido en parte al incremento del tipo de traducciones que están, a su vez, diversificadas en distintos campos y por lo tanto, el trabajo de estos no-profesionales ha surgido como una alternativa a la práctica de los profesionales ya establecidos. Estos profesionales además aceptan tarifas inferiores, lo que deteriora el reconocimiento social de los traductores profesionales.

No obstante, otros países ya han profesionalizado el sector como sucede en Argentina³⁸, Perú³⁹, Uruguay⁴⁰, Chile⁴¹ o Estados Unidos⁴² donde sí existe un Colegio de Traductores e Intérpretes y por lo tanto, la profesión está mucho más regulada. Los Colegios Profesionales según la Ley española de 2/1974 de los Colegios Profesionales⁴³ son «Corporaciones de derecho público, amparadas por la Ley y reconocidas por el Estado, con personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines». El art. 3 especifica además que «son fines esenciales de estas Corporaciones la ordenación del ejercicio de las profesiones, la representación institucional exclusiva de las mismas cuando están sujetas a colegiación obligatoria, la defensa de los intereses profesionales de los colegiados y la protección de los intereses de los consumidores y usuarios de los servicios de sus colegiados, todo ello sin perjuicio de la competencia de la Administración Pública por razón de la relación funcionarial». Los Colegios Profesionales además ofrecen una función educativa, formativa y derechos públicos laborales. En definitiva, el colectivo de traductores e intérpretes necesita de esta regulación al amparo de las leyes españolas para poder profesionalizar el sector lo que daría lugar a disminuir el intrusismo, mejorar las condiciones y las tarifas de los trabajadores pero sobre todo, a acabar con las negligencias del oficio.

En conclusión, es un hecho real afirmar que el intrusismo afecta seriamente a este sector, y pese a los intentos de crear un colegio de traductores e intérpretes por distintas asociaciones, en la actualidad no hay indicios de que se pueda crear. La existencia de traductores e intérpretes no-profesionales siempre ha estado presente a lo largo de toda la historia tanto en los intercambios económicos, comerciales, culturales y religiosos de los siglos pasados (Pym, 2000) como en los procesos judiciales que se celebran en la actualidad (Pascual-Brotons, 2015). Por lo que dada la gran necesidad de regularizar este sector, confiamos en que en un futuro no muy lejano podamos finalmente contar con un colegio profesional.

³⁸ URL: <http://www.traductores.org.ar/>

³⁹ URL: <http://colegiodetraductores.org.pe/>

⁴⁰ URL: <http://www.colegiotraductores.org.uy/>

⁴¹ URL: <http://www.cotich.cl/>

⁴² URL: <https://www.atanet.org/>

⁴³ URL: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1974-289>

II.6. Conclusiones

El sector servicios de la traducción e interpretación está creciendo al ritmo de las nuevas economías lo cual demuestra que es un sector vivo que con la globalización ha ganado terreno en los países industrializados debido como decía Durand (2004) a la profesionalización, a la externalización y a la informatización de la vida económica y las actividades que la engloban.

El mercado de la traducción e interpretación, ya sea el público o institucional como el privado, el especializado o el general, es un mercado basado en el conocimiento que ha crecido tanto en número de traductores e intérpretes profesionales, como en áreas de actividad y centros e instituciones de educación superior. Aunque el desempleo no deje de acechar a Europa desde hace años, nuestro sector ha podido hacer frente a las adversidades gracias a la externalización, a la innovación tecnológica y a las nuevas iniciativas de ayuda a los emprendedores. Las cifras (INE; Orf, 2005) indican que el número de empresas y/o emprendedores autónomos disminuyó entre 2011 y 2014 como consecuencia de la crisis económica del 2008. No obstante, las cifras globales indican que las el sector en términos generales no ha dejado de crecer. En definitiva, se trata de un sector dinámico que cuenta con factores que, como veremos en el capítulo V, propician la supervivencia empresarial, aún en épocas de crisis económica.

Tras analizar el mercado de la traducción y la interpretación, hemos observado que predominan los empresarios autónomos o freelance, por lo que consideramos que este capítulo es especialmente relevante para nuestro estudio pues con estas conclusiones queremos alentar a futuros traductores e intérpretes a que emprendan como empresarios autónomos en el caso de que descarten la opción de crear una empresa capitalista.

Finalmente, la ausencia de un Colegio de Traducción e Interpretación en España representa quizá una de las mayores asignaturas por resolver de esta profesión pues representa, como hemos expuesto, una amenaza. Consideramos, por lo tanto, que es necesario para poder regular y defender debidamente los derechos de la profesión y evitar el marcado intrusismo existente en este sector.

II.7. Bibliografía

- 20Minutos (30 de mayo de 2008). Una empresa envía a la Policía traductores con antecedentes. URL: <http://www.20minutos.es/noticia/384035/0/antecedentes/traductores/policia/>
- ABC (23 de febrero del 2015). El jefe de una mafia India, chantajeado por traductores de la policía. URL: <http://www.abc.es/espana/20150223/abci-traductores-detenido-201502211951.html>
- ACE Traductores (1997). *El libro blanco de la traducción en España*. Madrid: ACE Traductores.
- AEPD, Agencia Española de Protección de Datos (1998). *Convenio basado en el artículo K.3 del Tratado de la Unión Europea, por el que se crea una Oficina Europea de Policía (Convenio Europol)*. Bruselas, Bélgica. URL: http://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/legislacion/union_europea/convenios/common/pdfs/B.24-cp--CONVENIO-EUROPOL.pdf
- Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. (eds.)(2003). *Handbook of Entrepreneurship Research: An interdisciplinary survey and introduction*. Boston, MA: Kluwer Academic Publishers, International Handbook Series on Entrepreneurship, 560pp.
- Aldrich, H., Rosen, B. y Woodward, W. (1986). Social behaviour and entrepreneurial networks. En *Frontiers of Entrepreneurship Research* (ed. by Ronstadt, Hornaday et. al., Wellesly, MA: Centre for Entrepreneurial Studies, Babson College (pp. 239-240).
- Aldrich, H., Rosen, B. y Woodward, W. (1987). The impact of social networks on business foundings and profit: A longitudinal study. En Churchill, N., Hornaday, J., Kirchoff, B., Krasner, O., Vesper, K. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA (pp. 154-68).
- Alonso-Nuez, M.J. y Galve-Górriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales* 26, 5-44.
- Aneca (2004). Libro blanco: *Título de grado en traducción e interpretación*. Ministerio de Educación.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., y Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Arrés, E. (2011). Nuevas perspectivas profesionales y perfiles interdisciplinares, en *II Encuentro de Traductores e Intérpretes profesionales en Málaga, 2011*. URL: <http://es.slideshare.net/earres/nuevos-perfiles-profesionales-del-traductor-2011>
- Audretsch, D.B. (2002). Entrepreneurship: A survey of the literature for the European Commission, Enterprise Directorate General (July) URL: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=1837.
- Birch, D.L. (1979). *The job generation process*. Cambridge (MA), MIT.
- Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1, 107-117.
- Birley, S. (1987). New ventures and employment growth. *Journal of Business Venturing*, 2(2), 155-165.
- BOE (2013). Ley Orgánica 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. *BOE*, 233 (28 de septiembre de 2013): 1-90.

- Bowe, H., Martin, K. y Manns, H. (2014). *Communication across cultures: Mutual understanding in a global world*. Melbourne: Cambridge University Press.
- Bowker, L. (2004). What does it take to work in the translation profession in Canada in the 21st century? Exploring a database of job advertisements. *Meta*, 49(4), 960-972.
- Bryson, J, Wood, P. y Keeble, D. (1993). Business networks, small firm flexibility and regional development in UK business services. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 265-77
- Butler, J. y Hansen, G.S. (1991). Network evolution, entrepreneurial success and regional development. *Entrepreneurial and Regional Development*, 3, 1-16.
- Cain, C.M. (2009, June 12). *Dell says it has earned \$3 million from twitter*. Retrieved January 25, 2014, from http://bits.blogs.nytimes.com/2009/06/12/dell-has-earned-3-million-from-twitter/?_php=true&_type=blogs&_r=0
- Cancio-Pastor, C. (1995). *La traduction professionnelle en France. Approche du domaine hispanique*. Tesis doctoral Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion.
- Cano Mora, V. (2000). La profesión del traductor: los primeros pasos. *Aproximaciones a la traducción*. URL: <http://cvc.cervantes.es/lengua/aproximaciones/mora.htm>
- Cao, D. y Zhao, X. (2008). Translation at the United Nations as specialized translation. *The Journal of Specialised Translation*, 9,
- Carsten, S. (2002). What are the objectives in the curriculum design of an interpreting and translation programme?. Training the language service provider for the new millennium. *Proceedings of the III Encontros de Tradução de Astra-FLUO, Porto, facultade de Letras*.
- Celaya, J. y Herrera, P. (2006). *Los blogs en la comunicación empresarial en España*. Barcelona: BPMO Edigup.
- Chell, E. y Baines, S. (2000). Networking, entrepreneurship and micro business behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12, 195-215.
- Chin, S.T.S., Raman, K., Yeow, J.A., y Eze, U.C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 261-267.
- Choi, J. y Lim, H.O. (2000). An overview of the Korean translation market. *Meta*, 45(2), 383-392.
- Churchill, D. (2007). Web 2.0 and possibilities for educational applications. *Educational Technology*, 47(2), 24-29.
- Churchill, D. (2009). Education applications of Web 2.0: Using blogs to support teaching and learning. *British Journal of Educational Technology*, 40(1), 179-183.
- Comisión Europea (2011). Libro blanco de la traducción y la interpretación institucional. Dirección General de Traducción y Representación de la Comisión Europea en España. URL: http://ec.europa.eu/spain/pdf/libro_blanco_traducccion_es.pdf
- Comisión Europea (2013). Plan de acción sobre emprendimiento 2020: relanzar el espíritu emprendedor en Europa. Bruselas, 9.1.2013. COM (2012) 795 final.
- Conole, G. y Alevizou, P. (2010). A literature review of the use of web 2.0 tools in higher education. Higher Education Academy.
- Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana (2011). *Manual del emprendedor. Guía de ayuda a emprendedores*. URL: <http://www.camarascv.org/EMPRENDEDORES/>

- Cooke, P. (1996). The new wave of regional innovation networks: Analysis, characteristics and strategy. *Small Business Economics*, 8(2), 159-171.
- Cordón, J.A. (1997). La traducción en España (1987-1993). *Meta*, 42(4), 745-753.
- Cueto, B., Mayor, M. y Suárez, P. (2012). Incremento del desempleo: destrucción de empleo y aumento de la población activa. *Observatorio Regional REGIOlab*. URL: <http://www.uniovi.net/regiolab>
- Dam, H.V. y Zethsen, K.K. (2009). Who said low status? A study of factors affecting the perception of translator status. *JoSTrans. The Journal of Specialised Translation*, 12, 1-35 URL: http://www.jostrans.org/issue12/art_dam_zethsen.pdf
- Davico, G. (2005). *L'industria della traduzione. Realtà e prospettive del mercato italiano*. Torino: Edizioni SEB 27.
- Dellarocas, C. (2003). The digitalization of word of mouth: Promise, and challenges of online feedback mechanisms. *Management Science*, 40(10), 1407-1424.
- Dernoshek, D.J. (2005). Spanish/English Translation and Interpreting in the United States: Social, Professional, and Pragmatic Aspects. En, García de Toro, A.C. y García-Izquierdo, I. (2005). *Experiencias de traducción: reflexiones desde la práctica traductora*. Castellón de la Plana. Universitat Jaume I. pp. 67-76.
- DeTienne, D. y Chandler, G. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom : A pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242-257.
- Durand, J.P. (2004). *La chaîne invisible. Travailler aujourd'hui: flux tendu et servitude volontaire*. Paris: Éditions du Seuil.
- Ebner, M., Lienhardt, C., Rohs, M. y Meyer, I. (2010). Microblogs in Higher Education – a chance to facilitate informar and process oriented learning? *Computers and Education*, 55(1), 92-100.
- Ebner, M. y Maurer, H. (2008). Can microblogs and weblogs change traditional scientific writing? *Proceedings of Elearn*. Las Vegas.
- Edosomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J., y Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16(3), 79-91.
- ElEconomista (14.02.2014). Emprendedores desarrollan El Nativo, un negocio de traducciones online 24 horas. URL: <http://www.economista.es/emprendedores-pymes/noticias/5543167/02/14/Emprendedores-desarrollar-El-Nativo-un-negocio-de-traducciones-online-24-horas.html#.Kku8QvcOmbaasYn>
- ElEconomista (27.01.2015). Voze, la aplicación que ofrece un traductor telefónico en nueve idiomas. URL: <http://www.economista.es/emprendedores-pymes/noticias/6424351/01/15/Voze-la-aplicacion-que-ofrece-un-traductor-telefonico-en-nueve-idiomas.html#.Kku8KpbnhsouLjs>
- Emerson, M. F. (2012). Blogging to build your business. *New York Times*. (Consultado 25.09.2015) URL: http://boss.blogs.nytimes.com/2012/06/22/blogging-to-build-your-business/?_r=0
- Ericsson, A. (2010). Expertise in Interpreting: An Expert-performance perspective. En Erik Angelone and Gregory Shreve (eds) *Translation and Cognition: Recent Developments*. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins, 231-62.
- Escobar, J. (1993). *Aproximación a la situación actual de la traducción y la interpretación*. Madrid: Instituto Cervantes.

- Escobar, J. (1998). La traducción y la interpretación en español. *El Español en el Mundo. Anuario del Instituto Cervantes, 1998*. URL:
- European Commission (2000). *Final Evaluation of the Multi-Lingual Information Society Programme (MLIS)*. Final Report. ECOTEC Research & Consulting Limited.
- European Commission (2008). *New skills for new jobs : Anticipating and matching labour market and skills needs. COM(2008)868 final*. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:em0012>
- European Commission (2010). *Translation at the European Commission – a history*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. URL: <https://termcoord.files.wordpress.com/2013/05/here1.pdf>
- European Commission (2012). *Studies in translation and multilingualism. The status of the Translation Profession in the European Union*. Final Report.
- European Commission (23 de septiembre de 2008). Translation – DG providing high-quality written translations and linguistic advice – our daily mission. *European Commission Press Release Database*. Memo/08/579. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-08-579_en.htm?locale=en
- European Commission. Memo/06/173. La traducción en la Comisión: ¿cuál es la situación dos años después de la ampliación? *European Commission Press Release Database*, Bruselas, 27/04/2006. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-06-173_es.htm?locale=en
- European Commission. Memo/08/579. Translation – DG providing high-quality written translations and linguistic advice – our daily mission. *European Commission Database*. Brussels, 23/09/2008. [http://europa.eu/rapid/press-release MEMO-08-579_en.pdf](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-08-579_en.pdf)
- Eurostat (2009). *Labour market statistics*. Luxembourg: EU Publications Office.
- Fernández, E. y Junquera, B. (2001). Factores determinantes en la creación de empresas: una revisión de la literatura. *Papeles de Economía Española, 89-90*, 322-342.
- Fernández, M. y Orf, D. (2010). Radiografía del sector de la traducción en España. Datos de 2008/2009. URL: <http://www.ugr.es/~estsemi/archivos/PRES2.pdf> Consultado el 10/03/2015.
- Fernández-Miranda, E. (1996-1997). La traducción en las instituciones europeas y en las organizaciones internacionales. *Hieronymus Complutensis, 4-5*, 87-100.
- Fernández-Miranda, E., Sánchez, M.J., Escobar, J., Domínguez, G. y Vega, M.Á. (1996). El mercado de la traducción: tipos de traducción y tipos de traductores. *Hieronymus Complutensis, 4-5*, 131-141. URL: http://cvc.cervantes.es/lengua/hieronymus/pdf/04_05/04_05_131.pdf
- Fernández-Serrano, J. y Romero, I. (2012). Entrepreneurial quality and regional development: Characterising SME sectors in low income areas. *Papers in Regional Science*.
- Fisher, E., y Reuber, A.R. (2011). Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior? *Journal of Business Venturing, 26*(1), 1-18.
- Flatley, M. E. (2005). Blogging for enhanced teaching and learning. *Business Communication Quarterly, 68*, 1, 77-80.
- Florido, I. (1995). Un ensayo para nuevas salidas profesionales para el traductor-intérprete. Nuevas exigencias de formación y especialización. *Revista de lenguas para fines específicos, 2*.

- Franco, J. (2010). BITRA: Bibliography of Interpreting and Translation, URL: http://aplicacionesua.cpd.ua.es/tra_int/usu/buscar.asp?idioma=es
- García Requena, C. (2000). *La traducción freelance y las agencias de traducción: diferentes opciones*, en Kelly, D. (ed.). *La traducción e interpretación en España hoy: perspectivas profesionales*. Granada: Editorial Comares.
- García-Izquierdo, I. y García-de-Toro, A.C. (2005). *Experiencias de traducción: reflexiones desde la práctica traductora*, pp. 93-120. Universitat Jaume I. Servicio de Comunicación y Publicaciones.
- Gieure, C. (2011). *El traductor emprendedor: una perspectiva española*. (Memoria de Máster inédita). Universidad de Alicante. Alicante. URL: <http://dti.ua.es/va/documentos/pdf/treballs-final-de-master/treballs-setembre-2011/clara-gieure.pdf>
- Golden, S., Hurtado Albir, A. y Piqué, R. (1992). La traducció i la interpretació a Catalunya. *Noves SL*, 17, 14-17.
- Gouadec, D. (1989). *Le traducteur, la traduction at l'entreprise*. Paris: Afnor.
- Gouadec, D. (2002a). *Profession: Traducteur*. Paris: La Maison du Traducteur.
- Gouadec, D. (2002b). Professionaliser, in *Actes du huitième université d'été en traduction*. Rennes: Université de Rennes, 217-246.
- Gouadec, D. (2003). Notes on translation training (replies to a questionnaire). En Pym, A., Fallada, C., Biau, J.R. y Orenstein, J. (eds.) *Innovation and E-learning in Translator Training Reports on Online Symposia*, Tarragona (Spain): Intercultural Studies Group, Universitat Rovira I Virgili, 11-19. URL: http://isg.urv.es/library/papers/innovation_book.pdf (Consultado: 15.3.2015).
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Grossec, G. y Holotescu, C. (2008). Can we use Twitter for educational activities?. Proceedings in The 4th International Scientific Conference. *eLearning and Software for Education*. Bucharest, April 17-18, 2008.
- Gruber, T. (2009). Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Nutzen von Web 2.0-Tools im Projekt-management. (Memoria de Máster inédita). University of Applied Sciences, Vienna, Austria.
- Handi, E., Fernández, M., Fiol, C., Garrido, R., González, L., Mantecón, A., Ortigosa, M.D., Plaza, S., Navaza, B. y Valencia, L. (2010). *Libro Blanco de la traducción y la interpretación institucional. Conocer para reconocer*. Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Hansen, E.L. (1995). Entrepreneurial networks and new organisation growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4): 7-19.
- Hébert-Malloch, L. (2004). What do we know about a translator's day. *Meta*, 49(4), 973-979.
- Hermans, J. y Lambert, J. (1998). From translation markets to language management: The implications of translation services. *Target*, 10(1), 113-132.
- Hernández-Morales, A. (16 de abril de 2010). La Unión busca a los intérpretes y traductores de la Europa de mañana. *El Mundo*. Recuperado de http://www.elmundo.es/elmundo/2010/04/16/union_europea/1271432785.html
- Hoang, H. y Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165-187.

- Huffaker, D. (2006). Let them blog: using Blogs to promote literacy in K-12 education. En Hin, L.T.W. y Subramaniam, R. (eds). *Handbook of research on literacy in technology at the K-12 level* (pp. 337-356). Hershey, PA: Idea Group.
- IDESCAT. Institut d'Estadística de Catalunya. URL: <http://www.idescat.cat/serveis/?tc=1&se=343>
- INSEE (2005). Institut national de la statistique et des études économiques. URL: <http://www.insee.fr/fr/>
- ISACA (2010). *Social Media: Business benefits and security, governance and assurance perspectives*. Emerging Technology White Paper, Meadows, IL.
- Jack, S., Dodd, S.D. y Anderson, A. (2008). Change and the development of entrepreneurial networks over time: A processual perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(2), 125-159.
- Jack, S., Moul, S., Anderson, A. y Dodd, S. (2010). An entrepreneurial network evolving: Patterns of change. *International Small Business Journal*, 28(4), 315-337.
- Jenner, J. y Jenner, D. (2010). The entrepreneurial linguist. The business school approach to freelance translation. *Twin Translations*: El Press.
- Johannisson, B. (1988). Business formation. A network approach. *Scandinavian Journal of Management*, 4(3-4), 83-99.
- Johannisson, B. (1996). The dynamics of entrepreneurial networks. En Reynolds, P.D., Birley, S. Butler, J.E., Bygrave, W.D., Davidsson, P. Gartner, W.B. y McDougall, P.P. (1996). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, (eds.). Babson Park, MA: Babson College, pp. 253-267.
- Kaplan, A., y Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kelly, D. (2004). La investigación sobre formación de traductores: algunas reflexiones y propuestas. *Panorama actual de la investigación en traducción e interpretación*. Granada; Atrio.
- Kelly, D. (2000). *La traducción y la interpretación en España hoy: Perspectivas profesionales*. Colección Interlingua, 13. Granada: Comares.
- Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P., y Silvestre, B.S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kiraly, D. (2000). *A social constructivist approach to translator education: Empowerment from theory to practice*. Manchester: St. Jerome.
- Kussmaul, P. (1995). *Training the translator*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing
- Kuznik, A. (2010). *El contenido de los puestos de trabajo de los traductores: El caso de los traductores internos en las empresas de traducción de Barcelona*. Tesis doctoral inédita. Departament de Traducció i d'Interpretació. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Kuznik, A. (2011). Puestos de trabajo híbridos. Cuatro indicadores del carácter heterogéneo de los puestos de trabajo internos en traducción. *Sendebarr*, 22, 283-307.
- Lebtahi, Y. y Ibert, J. (2000). Traducteurs dans la société de l'information. Evolutions et interdépendances. *Meta*, 49(2), 221-235.
- Liyanage, C., Elhag, T., Ballal, T. y Li, Q. (2009). Knowledge communication and translation - a knowledge transfer model. *Journal of knowledge management*, 13(3), 118-131.

- Lozano, R. (2000-2003). *Vademécum del traductor*. URL: <http://www.rlozano.com/vademecum.php>
- Lozano-Argüelles, C. (2011). *Estudio de mercado sobre la traducción en España*. (Trabajo de fin de grado inédito: Universidad de Salamanca).
- Maloney, E. (2007). What Web 2.0 can teach us about learning. *The Chronicle of Higher Education*. 53(18), B26.
- Marinas, J.M. (2010). Estudio. Situación de la actividad de la traducción editorial. En *Libro Blanco de la traducción editorial en España (2010)*. Ministerio de Cultura. URL: http://www.cedro.org/files/libro_blanco_acett_2010.pdf
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2004). *Guía de oportunidades profesionales para traductores e intérpretes en organismos internacionales*. [e-book] Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, pp. 1-51.
- Minniti, M. (2013). *The dynamics of entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor data*. Oxford: Oxford University Press.
- Morgan, Cooke y Price, (1992). *The challenge of lean production in German industry*. Wales Department of City and Regional Planning. University of Wales College of Cardiff (RIR report No. 12).
- Morón, M.M. (2010). Perfiles profesionales en Traducción e Interpretación: análisis DAFO en el marco de la sociedad multilingüe y multicultural. *La linterna del traductor, Revista multilingüe de Asetrad*, 4, Panorama.
- Müllern, T. (2011). *Facebook as a marketing channel. A study of eCommerce retailers' Facebook page ambitious*. Master Thesis. Internationella Handelshögskolan, Jönköping, Sweden.
- Naciones Unidas (2010). Informe de la Comisión Consultiva en Asuntos Administrativos y de Presupuesto. Asamblea General de las Naciones Unidas A/65/484. URL: http://www.un.org/es/hq/dgacm/uploaded_documents/A.65.484.pdf
- Navas, C. y Palomares, R. (2002). An approach of the Spanish translation market on the Internet. *ForeignWord*. URL: <http://www.foreignword.com/Articles/Palomares/default.htm>
- Neergaard H, Shaw E. y Carter S. (2005). The impact of gender, social capital and networks on business ownership: A research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(5): 338-357.
- Nóbrega, M. (2008). La traducción en las Naciones Unidas: la Torre de Babel a orillas del East River. En *Traducción: contacto y contagio, Actas del III Congreso Internacional «El español, lengua de traducción» de 12 a 14 de julio, 2006. Puebla: México*. Madrid: Esletra, 135-142.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, 65, 17-37.
- O'Reilly, T. (2009). *What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software*. O'Reilly Radar Report, O'Reilly Media, Inc.
- Observatori Ocupacional - OCIE (2003). *La inserció laboral dels titulats de la Universitat Jaume I. Promocions de 1998, 1999 i 2000. Informe per a la llicenciatura de Traducció i d'Interpretació*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- OECD (1998). *Fostering entrepreneurship. The OECD jobs strategy*. Paris: OECD.
- OECD (2005). *OECD Entrepreneurship Indicators Project: Entrepreneurship statistics and data*. URL:

http://www.oecd.org/document/3/0,2340,en_2825_495649_35377795_1_1_1_1,00.htm

- Ollé, M. y Planellas, M. (2003). El proceso de creación de una empresa: motivaciones, etapas, recursos y redes. En *Creación de Empresa: los mejores textos* (pp. 187-212). Madrid: Ariel Empresa
- Orf, D. (2005). *Estudio de situación del mercado español de servicios profesionales de traducción*. Madrid: Agrupación de Centros especializados en Traducción.
- Ortiz, Z. T. A. (2008). *Manual de uso del blog en la empresa: cómo prosperar en la sociedad de la conversación*. Barcelona: Infonomía. URL: <http://librosabiertos.org/bitstream/001/152/8/978-84-612-1535-5.pdf>
- Pascual-Brotons, N. (2015). La intervención del traductor-intérprete en la intercepción de telecomunicaciones en el ámbito policial español: situación actual y propuestas de mejora. (Memoria de Grado inédita). Universidad de Alicante. Alicante. URL: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/49366/1/TFG_Noelia-Pascual-Brotons.pdf
- Peneff, J. (1998). Medida y control de las observaciones en el trabajo de campo. El ejemplo de las profesiones del sector servicio. *Sociología del Trabajo*, 33, 3-25.
- Pérez-González, L. (2010). Ad-hocracies of Translation Activism in the Blogosphere. En Maeve Olohan, M. and Calzada Pérez, M. (eds) *Text and Context, Essays on Translation and Interpreting in Honour of Ian Mason*. Manchester: St Jerome, 259-87.
- Perschbach, J. W. (2006). Blogging: an inquiry into the efficacy of a web-based technology for student reflection in community college computer science programs (Unpublished doctoral dissertation, Nova Southeastern University, Florida).
- Phillips, M. (1996). *La profesión del traductor e intérprete autónomo: aspectos técnicos. Simposio internacional sobre traducción española e inglesa*. Salford: Instituto de Estudios Europeos de la Universidad de Salford y Manchester, Instituto Cervantes.
- Phillips, M. (2000). *La profesión del traductor e intérprete autónomo: aspectos técnicos, en Aproximaciones a la traducción*, Centro Virtual Cervantes. URL: <http://cvc.cervantes.es/lengua/aproximaciones/phillips.htm>
- Poblet, M.F. (2009). La corrección de textos: qué es y para qué sirve. *La linterna del traductor*, 1, 12-16.
- Público (5 de junio de 2008). Interior emplea traductores sin garantías en sus investigaciones. URL: <http://www.publico.es/espana/interior-emplea-traductores-garantias-investigaciones.html>
- Pym, A. (2000). *Negotiating the frontiers: Translators and intercultural in Hispanic history*. Manchester: St. Jerome.
- Pym, A., Grin, F., Sfreddo, C. y Chan, A.L. (2012). *The status of the Translation Profession in the European Union*. Directorate General Translation (DGT) European Commission. URL: http://isg.urv.es/publicity/isg/projects/2011_DGT/tst.html
- Quible, Z.K. (2005). Blogs: A natural in business communication courses. *Business Communication Quarterly*, 68, 1, 73-76.
- Ramsden, A. (2009). Using micro-blogging (Twitter) in your teaching and learning: An introductory guide. Discussion Paper. University of Bath. Bath: UK.
- RedInnova (25.04.2014). Gear Translations, traducciones con ritmo online. URL: <http://www.redinnova.com/2014/04/25/gear-translations-traducciones-con-ritmo-online/>

- Reynols, P.D., Bygrave, W., Autio, E., y Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor. 2002 Summary Report*, Ewin Marion Kauffman Foundation, Kansas City.
- Richardson, W. (2006). *Blogs, Wikis, Podcasts and other powerful web tools for classrooms*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- RITAP - Red de Intérpretes y Traductores de la Administración Pública (2011). *Libro Blanco de la traducción y la interpretación institucional. Conocer para reconocer*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Robinson, D. (1997). *Becoming a translator: An accelerated course*. London: Routledge.
- Rupérez, J. y Vítóres, D.F. (2012). *El español en las relaciones internacionales*. Fundación Telefónica. Barcelona: Ariel.
- Selingo, J. (2004). In the classroom, web blogs are the new bulletin boards. *New York Times*, August 19.
- Selwyn, N. (2009). Faceworking : exploring students' education-related use of Facebook. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 157-174.
- SFR Société Française des Traducteurs (2005). *Résultats de l'enquête menée sur la situation des traducteurs salariés anciens élèves de l'ESIT*. URL : [http:// :www.sft.fr](http://www.sft.fr)
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Statistisches Bundesamt Deutschland (2005). URL: <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>
- Stelmach, M. (2000). *Analiza i ocena organizacji czasu pracy (na przykładzie małego biura tłumaczeń)*. (Trabajo de fin de grado inédito, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Zamiejscowy w Chorzowie).
- Stelmaszak, M. (2014). *Business guide for translators*. Disponible en <http://wantwords.co.uk/school/business-checklist-book-translators/>
- Storey, D.J. (1988). The role of small and medium-sized enterprises in European job creation: Key issues for policy and research; en Giaoutz, M.; Nijkamp, P.; Storey, D.J.: *Small and medium size enterprises and regional development*, 140-160. London: Routledge.
- Susam-Sarajeva, Ş. (2010). Whose “Modernity” is it Anyway? Translation in the Web-Based Natural-Birth Movement in Turkey. *Translation Studies*, 3(2), 231-45.
- Szarka, J. (1990). Networking and small firms. *International Small Business Journal*, 2, 10-22.
- UAB (2000). Observatori de graduats de la UAB. Informe sobre la inserció laboral. Promoció 1995. Universitat Autònoma de Barcelona. Documento interno no publicado. Oficina de Planificació i de Qualitat.
- UAB (2002). *L'Autònoma millora. 6 anys d'avaluació de la qualitat a la UAB (1996-2002)*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- UAB (2003). Observatori de graduats de la UAB. Informe sobre la inserció laboral. Promoció 1998. Universitat Autònoma de Barcelona. Documento interno no publicado. Oficina de Planificació i de Qualitat.
- UAB (2004). Observatori de graduats de la UAB. Informe sobre la inserció laboral. Varias promocions. Universitat Autònoma de Barcelona. Documento interno no publicado. Oficina de Planificació i de Qualitat.

- Ubeda, J., Gieure, C., de-la-Cruz, C. y Sastre, O. (2013). Communication in new technology based-firms. *Management Decision*, 51(3), 615-628.
- Valenta, H. (2002). Cómo llegué a crear mi propia empresa de traducción. *UniversiaScience*
URL: <http://nextwave.universia.net/salidas-profesionales/mtic/MTIC5.htm>
- Vega, M.A. (1996). Hacia una recalificación del perfil del traductor. *Hieronymus Complutensis*, 3, pp. 42-50.
- Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Capítulo III: La formación en emprendimiento en la educación superior: Análisis de los programas de formación para traductores e intérpretes

"Doing the right thing is more important than doing the thing right"
Peter F. Drucker

III.1. Introducción

En este capítulo tercero vamos a examinar el concepto de formación en emprendimiento desde un punto de vista teórico a través de la revisión de la literatura, y desde un punto de vista práctico, con la revisión de ejemplos de universidades emprendedoras, y traductores e intérpretes que ofrecen este tipo de formación. Desde el punto de vista teórico queremos estudiar el significado tanto de formación en emprendimiento como de universidad emprendedora, conceptos claves en este capítulo. A continuación presentamos la oferta de formación empresarial de algunas universidades españolas, así como la oferta de esta formación impartida por traductores e intérpretes. El objetivo de este capítulo es el constatar la importancia que ejerce la formación en emprendimiento para adquirir conocimientos y habilidades que ayudan en gran medida a crear una empresa a la vez que contribuyen a dotar a las personas con nuevas destrezas útiles para la vida cotidiana.

III.2. La formación en emprendimiento

Antes de continuar con este apartado, vamos a ver algunos de los distintos términos utilizados para hacer referencia a *la formación en emprendimiento*, que no son pocos. Entre otros, encontramos *formación empresarial*, *formación en creación de empresas*, *formación en gestión empresarial* o en *gestión de negocios*, *educación empresarial*, etc. En este trabajo, y en adelante, utilizaremos el término *formación en emprendimiento*.

Por otra parte, cuando hacemos referencia a la formación en emprendimiento no debemos confundirlo con la misma formación que reciben los alumnos que estudian economía y empresa pues como indica el Libro Blanco del Título de Grado en Economía y Empresa, 1) «el objetivo central del título de Grado en Empresa es formar profesionales capaces de desempeñar labores de gestión,

asesoramiento y evaluación en las organizaciones productivas. Esas labores se pueden desarrollar en el ámbito global de la organización o en cualquiera de sus áreas funcionales» (Aneca, 2005:413) y 2) «el objetivo centro del título de Grado en Economía es formar profesionales capaces de desempeñar labores de gestión, asesoramiento y evaluación en los asuntos económicos en general. Esas labores se pueden desarrollar en el ámbito privado o en el público, en la empresa o en cualquier otra institución de relevancia económica y social» (Aneca, 2005:416).

El objetivo de la formación en emprendimiento persigue el desarrollo de la creatividad, la innovación y el autoempleo (Kirby, 2004; Martínez, Mora y Vila, 2007), y podría incluir los siguientes elementos (European Commission 2012: 10):

- Desarrollar atributos personales y habilidades que asienten las bases del pensamiento y el comportamiento emprendedor (creatividad, iniciativa, toma de riesgos, autonomía, autoconfianza, liderazgo, espíritu de equipo, etc.);
- Sensibilizar a los estudiantes en el autoempleo y las iniciativas empresariales como carrera profesional posible;
- Trabajar en proyectos empresariales y actividades relacionadas;
- Proporcionar destrezas y conocimientos específicos para los negocios sobre cómo iniciar una empresa y dirigirla con éxito.

Estos elementos se reciben en programas y cursos sobre emprendimiento o creación de empresas que distintas instituciones tanto públicas como privadas, ayuntamientos, universidades, cámaras de comercio, etc. están llevando a cabo y ofrecen a los estudiantes así como a cualquier ciudadano la oportunidad de ampliar sus conocimientos. Se trata de ofrecer herramientas de ayuda para pensar con creatividad, resolver problemas con efectividad, analizar una idea de negocio objetivamente, comunicar, expandir, dirigir, y evaluar cualquier proyecto (European Commission, 2012; Renau, 1994).

Si atendemos a la definición propuesta por la Comisión Europea (European Commission, 2012), la formación en emprendimiento no solo ayuda a los alumnos a poder iniciar su propio negocio ya sea empresa o servicio autónomo, sino que además fomenta el desarrollo de otras habilidades que transversalmente puede ayudarles en el desarrollo de otras tareas o proyectos. El emprendimiento es una

competencia para todos que fomenta la creatividad así como la autoconfianza para hacer frente a nuevos retos:

“Entrepreneurship refers to an individual’s ability to turn ideas into action. It includes creativity, innovation and risk taking, as well as the ability to plan and manage projects in order to achieve objectives. This supports everyone in day-to-day life at home and in society, makes employees more aware of the context of their work and better able to seize opportunities, and it provides a foundation for entrepreneurs to establish a social or commercial activity” (European Commission, 2012: 7).

Sin ir más lejos, a modo de ejemplo, la Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de diciembre de 2006 sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente, enumera en el puesto número 7 el «sentido de la iniciativa y espíritu empresarial» (DOUE, 2006: 13). Sobre esto mismo, la OECD (2010) coincide en que «las políticas de educación y capacitación deben ayudar a fomentar una cultura emprendedora que introduzca las aptitudes y actitudes necesarias para un empuje creativo», en definitiva, el espíritu emprendedor es una competencia clave para los emprendedores (Blais y Toulouse, 1990).

III.2.1. Aprender a emprender

Pero ¿realmente se aprende a ser emprendedor? Distintos autores han puesto de manifiesto que una persona puede aprender a emprender: *‘Entrepreneurship is nothing more than a disciplines and, like every discipline, it can be learned’* (Drucker, 1985: 24). Gorman, Hanlon y King (1997: 63) hacen una revisión de la literatura existente sobre este tema desde 1985 a 1994 y defienden tras esta revisión que *‘most of the empirical studies surveyed indicated that entrepreneurship can be taught, or at least encouraged, by entrepreneurship education’*. Otros como Bécharad y Toulouse (1998) hacen referencia al conjunto de enseñanzas formales que informan, forman y educan a aquellos que están interesados en crear una empresa o pequeño negocio (Bécharad y Grégoire, 2005).

Para Ademar (2011) aprender a emprender es aprender a asumir nuevos aprendizajes, con creatividad y espíritu crítico. Se trata de adquirir habilidades que preparen a los ciudadanos para insertarse en los nuevos mercados, a trabajar de manera autónoma y a cooperar con los otros. Un informe afirma que los beneficios

de la formación en emprendimiento son múltiples; tanto que el emprendimiento se considera ya una competencia básica para todos y que por lo tanto las universidades deben integrarlo dentro de su currículo educativo (European Commission 2008, 2012).

Por todo ello, podemos decir que la misión de las universidades e instituciones de educación superior también debería incluir la de enseñar a emprender. En este contexto, queremos continuar revisando lo que la literatura conoce como universidad emprendedora, su significado y los programas que algunas universidades emprendedoras en España están llevando a cabo para apoyar a la persona emprendedora a través de la formación, el asesoramiento e incluso con ayudas económicas.

III.2.2. Universidad emprendedora

Desde que se implantara el EEES –Espacio Europeo de Educación Superior– tras la Declaración de Bolonia en 1999 hemos observado continuos cambios y modelos de enseñanza que aportan una nueva visión de entender la universidad: un motor para el avance del conocimiento y para el desarrollo económico y social (Román-Minguez, 2009). Las universidades se han convertido en organizaciones clave, generadoras y diseminadoras del conocimiento (Shane, 2005). Pero esta posición de la universidad no se hubiera logrado sin las transformaciones o «revoluciones académicas» por las que han atravesado las universidades en las últimas décadas. De forma progresiva la universidad se ha ido adaptando a los cambios del entorno (Clark, 1998), y ha desarrollado estructuras administrativas y de gobierno más flexibles, que conducen a asumir nuevas responsabilidades económicas y sociales (Etzkowitz, 2004) e incluso a fomentar una cultura emprendedora en todos los niveles de la organización (Kirby, et al., 2010). Bajo este nuevo escenario, vemos por lo tanto que la universidad es más innovadora, participativa y en definitiva, más emprendedora.

Un reciente informe de la Comisión Europea (European Commission 2012) muestra, respecto a la situación actual de España, que la creación de nuevas empresas basadas en el conocimiento universitario se ha convertido en una prioridad en los últimos años. Son muchas las universidades españolas que han

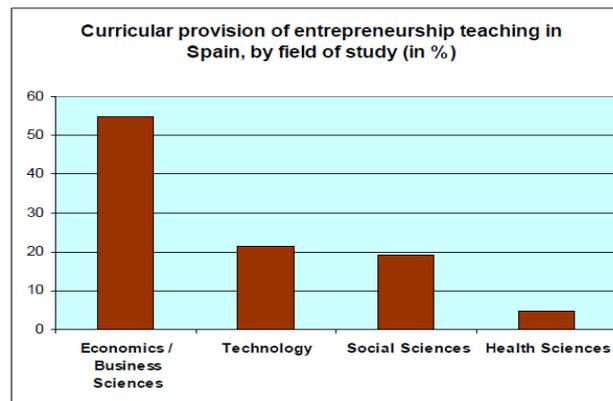
desarrollado y puesto en práctica programas para implementar esta nueva forma de desarrollo económico que a través de estructuras de apoyo ayudan a convertir una idea en un negocio viable. Según Etzkowitz (1998, 2003 y 2004) las universidades atraviesan una '*second revolution*', ya que han incorporado a su misión principal el desarrollo social y económico. La universidad es ahora más emprendedora que nunca, contribuye cada vez más al desarrollo económico y social de las regiones (Etzkowitz, 1998; Goddard, 1998; Schulte, 2004), en definitiva, la universidad apoya y promueve el crecimiento de las empresas a través de, por ejemplo, las spin-off situadas en parques tecnológicos (Jiménez-Sáez y Arroyo-Vázquez, 2009), o de las empresas creadas dentro de sus campus y este desarrollo económico se integra como función adicional de la universidad (Etzkowitz, 1993; Laukkanen, 2000).

El término emprendimiento ha cobrado tanta importancia en los últimos tiempos que actualmente la literatura no solo acuña este término sino también *universidad emprendedora*. Kirby (2002a, 2004) define a la universidad emprendedora como aquella que tiene la habilidad de innovar, reconocer y crear oportunidades, trabajar en equipos, y responder a los retos que se le presentan. Etzkowitz (2003) propone que la universidad emprendedora debe ser una incubadora natural que proporciona estructuras de apoyo a los profesores y estudiantes para que emprendan. Clark (1998) propuso que la universidad debe buscar la innovación de las empresas y el cambio en la estructura organizacional. Otros autores coinciden en que la universidad emprendedora debe adoptar las siguientes características: investigación, consultoría, desarrollo de patentes/licencias, generación de spin-offs, formación externa, desarrollo y distribución de nuevos productos y servicios (Bernasconi, 2005; del Palacio, Solé y Montiel, 2006; Jacob et al., 2003; Klofsten y Jones-Evans, 2000; Zhao; 2004). Ahora, para poner en práctica estas actividades y lograr que la universidad sea más emprendedora y contribuya al desarrollo local necesitará de otros agentes externos: la industria y el gobierno (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000; Ekzkowitz y Klofsten, 2005).

Según O'Shea, et al. (2007), Etzkowitz (1983, 2004) y Clark (1998) la universidad emprendedora puede ser entendida como una organización flexible

que interactúa con su entorno social y económico adaptándose a los cambios y buscando recursos adicionales de financiación para la investigación y la enseñanza (Jiménez-Sáez y Arroyo-Vázquez, 2009). Por lo tanto, las instituciones de educación superior, y por ende, los rectores, directores y educadores que la componen deben tener un plan de acción y seguir una estrategia para formar e investigar en emprendimiento, y para la creación de empresas y/o spin-offs (European Commission, 2008). En definitiva, se trata de alcanzar el objetivo que debe perseguir la universidad emprendedora: fomentar el emprendimiento y apoyar el desarrollo de empresas (FEyADE) (Jiménez-Sáez y Arroyo-Vázquez, 2009; Kirby, 2002b).

Son notables los esfuerzos que universidades e instituciones locales están realizando para poner en práctica estos objetivos, sin embargo, no se observan grandes cambios fuera de las facultades de economía y empresa, las cuales sí fomentan el emprendimiento a través de cursos de creación de empresas, y promueven su inclusión en los Planes de Estudio, algo que afecta positivamente a los alumnos de esas facultades (Kirby, Guerrero y Urbano, 2011). En efecto, como ya hemos comentado, la formación en emprendimiento no solo enseña a crear un negocio, sino que también desarrolla otras habilidades que transversalmente pueden ayudar al desarrollo de otras tareas o proyectos del día a día de las personas (European Commission, 2012). Un estudio llevado a cabo en 2006 por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio sobre las iniciativas emprendedoras en la educación superior (European Commission, 2008) afirma que en España todavía un alto porcentaje (55%) de los cursos de formación en emprendimiento se imparten en facultades de economía y empresa mientras que en otras facultades se observan cifras más bajas como en las tecnológicas, 21% o las ciencias sociales, 19%. La tabla 1, muestra estos porcentajes de formación en emprendimiento en las cuatro áreas de conocimiento: Economía y Ciencias de la Empresa, Tecnología, Ciencias Sociales y Ciencias de la Salud. De su observación, se desprende un fuerte desnivel entre la formación en emprendimiento en los estudios económicos y en las ciencias de la salud. Las áreas tecnológicas y las ciencias sociales parece que reciben algo más de esta formación pero aún así el desnivel es muy notable.

Tabla 1. *Entrepreneurship in Higher Education in Spain*

Fuente: Sondeo de la Dirección General de Política de la PYME, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio español, 2006 (European Commission, 2008).

Una de las razones de este fuerte desnivel puede ser la falta de personal especializado en la materia, o bien la falta de financiación para contratar personal externo especializado. A estas dos razones la OECD (2012) también añade que académicos y profesores tienden a percibir la formación en emprendimiento como aprender exclusivamente a crear y gestionar una empresa. Por lo tanto, convendría ampliar los conocimientos al respecto para superar estos obstáculos que limitan la formación en emprendimiento.

Barba-Sánchez (2007:135) propone al respecto «fomentar la cultura emprendedora desde los niveles educativos más bajos, incluyéndola como una competencia más a desarrollar», o lo que es lo mismo, insertar esta cultura en los currículos educativos. Un informe de la Comisión Europea de 2008 propone *“Obligatory introductory activities or modules should be offered for all undergraduate students during the 1st year, influencing their mindset right from the beginning and creating awareness of the alternative career option as an entrepreneur. All students should be exposed to the opportunity of acquiring entrepreneurship-related teaching and experiences”* (European Commission, 2008: 60).

Otra propuesta es la de Nikos (2004) y su modelo *Emprendedurismo de Red de Nikos* basado en la práctica de cuatro actividades: investigación, enseñanza, apoyo al desarrollo de empresas y formación y consultoría. Lo interesante de este modelo es que tiene en cuenta actividades adicionales a la creación de spin-off y a la vez cuenta con redes para su desarrollo (Jiménez-Sáez y Arroyo-Vázquez, 2009).

En definitiva, la universidad emprendedora es aquella que combina e integra las actividades de educación e investigación, que siempre la han caracterizado con la tercera y nueva actividad, la contribución al desarrollo económico y social (Etzkowitz, 1998; Goddard, 1998). Para cumplir este reto que demanda la sociedad la universidad debe diseñar, fomentar y difundir la cultura emprendedora pues como hemos visto es la clave para alcanzar este tercer objetivo de la universidad. A continuación, vamos a presentar algunos programas que universidades españolas han diseñado y están implementado con el fin de cumplir su tercer objetivo.

III.2.3. Programas de apoyo al emprendedor

La mayoría de universidades españolas con el soporte de gobiernos locales, empresas colaboradoras y otros organismos nacionales como las Cámaras de Comercio, entre otros, han creado distintos programas de apoyo al emprendedor, como, por ejemplo, la Universitat de València, la Universitat Politècnica de València, la Universitat d' Alacant, la Universidad Autónoma de Madrid, la Universitat de Barcelona o la Universidad de La Laguna. Esto además lo constata la Comisión Europea cuando señala que *'the creation of new business based on university knowledge has become a priority in Spain over recent years. Many Spanish universities have set up entrepreneur detection and recruitment programmes, with support structures that can help turn an idea developed in the academic milieu into a viable business venture'* (European Commission, 2008: 17). La encuesta llevada a cabo por la DGIPYMES (Dirección General de Industria y de PYMES) del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en 2006 identificó 52 programas extracurriculares e iniciativas similares y 49 cursos curriculares sobre emprendimiento, el 55% de estos impartidos en facultades de economía. A continuación, vamos a describir brevemente las iniciativas emprendedoras que seis universidades públicas españolas llevan a cabo:

1. La Universitat de València (UV) y más concretamente la Facultat d'Economía de la misma promueve desde hace más de 10 años el emprendimiento a través de distintas formas. Desde la creación de la Cátedra Banca Jóvenes

Emprendedores⁴⁴ han tenido lugar diversos concursos para emprendedores así como formaciones dirigidas a cualquier estudiante interesado en lanzar un nuevo proyecto. Además, la Facultat d'Economía ha sido partícipe de diversos cursos, seminarios y jornadas de formación para emprendedores, como los Fòrum d'Ocupació i Emprenedoria, que actualmente alberga su XIV edición, o el Curso de Competencias para la Creación de Empresas que tuvo lugar en 2013. Otra cátedra que también tiene un papel muy activo en este tipo de formación es la Cátedra Excelencia y Desarrollo en Emprendimiento: de Estudiante a Empresario. Por otro lado, la Universitat de València cuenta desde 1989 con la Fundación Universidad-Empresa Adeit⁴⁵ diseñada con el objetivo de fortalecer las relaciones entre la Universidad de Valencia y el sector empresarial (European Commission, 2012: 38). Adeit promueve activamente el apoyo al emprendedor a través de la Cátedra de Cultura Empresarial⁴⁶, fundada en 1999; A su vez, esta misma Cátedra inició en 2013 el Programa Mentores para Emprendedores Universitarios y realiza Jornadas de Motivación Empresarial, cursos Qui Pot Ser empresari?, e incluso una Escuela de Verano para Profesores Universitarios Motivadores del Espíritu Emprendedor, dirigido como indica su nombre a profesores universitarios de cualquier área de conocimiento.

2. La Universitat Politècnica de València (UPV) creó el instituto IDEAS, institución que desde hace años promueve el emprendimiento entre su alumnado, profesorado e investigadores, y al mismo tiempo desarrolla programas de I+D+I. Según los resultados de un estudio (Garzón, 2010), estudiantes y graduados de las facultades de Ingeniería Industrial, Ingeniería en Diseño e Ingeniería de Telecomunicaciones han creado el 40% de las empresas de IDEAS. Este estudio además aboga por que la formación emprendedora no se limite exclusivamente a los estudiantes de empresa, sino que debe ser para cualquier estudiante o graduado interesado en iniciar su empresa. El instituto IDEAS es pionero en España en creación de empresas en el ámbito universitario y así lo afirma el estudio sobre las *Iniciativas emprendedoras en la universidad española*, que sitúa a IDEAS en el puesto 1 del ranking de universidades por haber creado 270 empresas,

⁴⁴ URL: <http://www.uv.es/bcjauveg/>

⁴⁵ URL: <http://www.adeituv.es/>

⁴⁶ URL: <http://www.adeituv.es/catedras-de-empresa/catedra-de-cultura-empresarial/actividades/>

seguido por el instituto INNOVA de la UPC, con 160 empresas creadas y el VIVERNET de la UE, con 130 empresas (DGIPYMES, 2006: 57).

3. La Universitat d'Alacant (UA), de forma muy similar a la UV, también ha depositado todo su interés en promover el emprendimiento y dotar a los alumnos de recursos que les faciliten la inclusión en el mercado laboral a través, por ejemplo, de su Cátedra Banca JÓvenes Emprendedores⁴⁷, cursos de formación como los que ofrece la plataforma UniMOOC (o como los que ofrece Fundeun, la fundación empresa de la UA. Una de sus más recientes iniciativas es ACTUA⁴⁸, un programa de desarrollo de ideas emprendedoras, y cuyo objetivo es presentar ideas de negocio innovadoras con el fin de poder lanzar su idea al mercado. Esta iniciativa ha tenido un gran éxito en su primera edición de 2014, donde participaron 65 personas de entre las que el 80% de los participantes fueron alumnos de la UA; en la segunda edición de 2015, también hubo una gran afluencia de proyectos emprendedores, en este caso 40. Los datos proporcionados por la coordinadora de las jornadas, Virginia Payá, nos revelan que en 2014 ganó el premio emprendedor un arquitecto y en 2015, un ingeniero que cursaba su trabajo final de Máster en Aplicaciones Móviles. Ambos concursantes disfrutaban ahora de oficinas y medios para llevar a cabo sus proyectos.

4. La Universidad Autónoma de Madrid (UAM) es una de las pioneras en España en emprendimiento, lleva desde 1998 promoviendo el fomento de la cultura emprendedora y el autoempleo en el ámbito universitario y en todo el territorio español a través del Centro de Iniciativas Emprendedoras CIADE⁴⁹. Este centro tiene como objetivo informar, formar, acompañar y aconsejar a los alumnos e investigadores de cualquier ámbito universitario y además, cuenta con equipos de investigación que trabajan en la transferencia de resultados lo cual desarrolla a su vez proyectos de spin-off para su desarrollo comercial o sin ánimo de lucro. Entre los servicios que ofrecen se encuentra el de formación (Curso Emprendedores, Curso de información y motivación para el autoempleo, Curso 'Inserción por el Emprendimiento Verde', etc.), premios (Premio al Emprendedor Universitario, Concurso RedEmprendia, etc.) y concurso Uni>proyecta, entre otras.

⁴⁷ URL: <http://www.catedrabancaja.ua.es/>

⁴⁸ URL: <http://www.doeua.es/actua/>

⁴⁹ URL: <http://www.ciade.org/>

5. La Universitat de Barcelona (UB), con su Barcelona Instituto de Emprendimiento (BIE)⁵⁰ ayuda a impulsar y desarrollar las ideas de los emprendedores a través de programas y actividades orientadas para alumnos, exalumnos, profesores e investigadores. Las Jornades de Foment de l'Emprendedoria: Emprèn! son otra iniciativa donde a través de sesiones informativas se da a conocer al público la posibilidad de emprender como salida profesional. Al igual que las anteriores universidades, la UB dispone de una Cátedra de Iniciativa Emprendedora⁵¹ que con gran actividad lanza cursos, jornadas, talleres, seminarios y escuelas de verano, como por ejemplo el posgrado experto Emprendimiento, Creatividad y Procesos de Innovación Interdisciplinares; la jornada ¿Crear una empresa? Por qué no? I Jornada de Promoción de la Iniciativa Emprendedora; el curso Creatividad e Innovación en la Empresa. Retos de la diferenciación en tiempos de cambio; VII Workshop de Creación de Empresas de la Universitat de Barcelona, los cuales tienen lugar en diferentes meses del año.

6. Finalmente, otro ejemplo interesante de universidad emprendedora es la Universidad de La Laguna (ULL) por su metodología innovadora desarrollada y puesta en práctica con alumnos de distintas facultades. Profesores del Departamento de Economía han diseñado una metodología que han aplicado con alumnos de primer curso de Ingeniería Química, Ingeniería Industrial, Ingeniería Informática y Administración y Dirección de Empresas. Los resultados de este estudio afirman que la metodología empleada tiene el potencial de fomentar el espíritu emprendedor, y que el modelo de aprendizaje aplicado donde los alumnos, entre otros, diseñan sus propios planes de negocio se aproxima aún más a la realidad que con otras metodologías empleadas (García-Rodríguez, Gil-Soto y Ruiz-Rosa, 2012). Esta universidad también cuenta con una Cátedra Jóvenes Emprendedores⁵², concursos y jornadas para estudiantes emprendedores y otras actividades relacionadas.

⁵⁰ URL: <http://www.ub.edu/emprenedoria/>

⁵¹ URL: <http://www4.ub.edu/catempren/?lang=es>

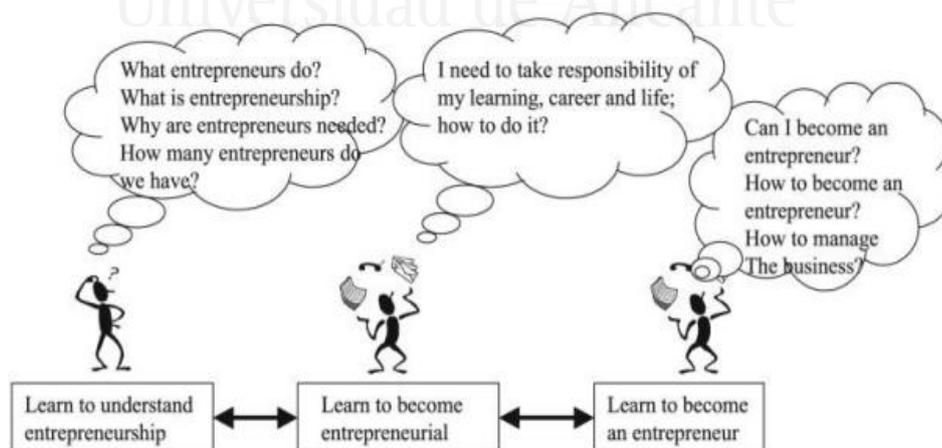
⁵² URL: <http://jovenesemprendedores-ull.blogspot.com.es/>

III.3. Tipos de formación en emprendimiento

Como acabamos de ver, la universidad está apostando por el emprendimiento ahora más que nunca, y lo hace a través de sus distintas iniciativas emprendedoras entre las que predominan la formación en emprendimiento, los concursos y premios a emprendedores y por último aunque no menos importante, se encuentra el asesoramiento a emprendedores. La formación es de entre todas las iniciativas la que impera en las distintas instituciones de educación superior.

La literatura que centra su atención en los tipos de formación también presenta distintos enfoques. Gibb (1999) distingue 3 tipos de programas de formación en emprendimiento. Cada tipo de formación incluye distintos objetivos, destinatarios y medidas de actuación. El primer tipo enseña a los participantes a entender el emprendimiento. El segundo, se centra en que los participantes adquieran un espíritu emprendedor; y el tercer tipo ayuda a los participantes a ser emprendedores (Jones, Matlay y Maritz, 2012). Estos 3 tipos de formación propuestos por Gibb han recibido además respaldo empírico en el trabajo de Hytti y O’Gorman (2004) quienes revisaron 50 programas de formación emprendimiento. La figura 1 muestra estas propuestas.

Figura 1. *The roles of enterprise education*



Fuente: Gibb (1999) en Hytty y O’Gorman (2004).

La clasificación de Jamieson (1984) citado también en el trabajo de Henry et al. (2005) también distingue 3 tipos de formación similares:

1. La formación de empresas trata los aspectos sobre la creación y desarrollo de una empresa desde un punto de vista teórico.
2. La formación para la empresa, dirigida más hacia la preparación de los aspirantes en materia de autoempleo, por lo que se fomenta la creación y desarrollo de su negocio. Esta formación proporciona las habilidades prácticas necesarias para la creación y gestión de un negocio.
3. La formación en materia de empresa, hace referencia a los cursos que proporcionarían una actitud emprendedora. El objetivo de esta formación es la formación en gestión para emprendedores establecidos y está dirigida hacia el crecimiento sostenido y futuro desarrollo del negocio.

Otros autores como Elmuti, Khoury y Omran (2012) distinguen tres categorías: las competencias técnicas, las de gestión empresarial y las personales.

La competencia técnica hace referencia a las habilidades orales, escritas, gestión técnica y organizativa. La competencia de gestión empresarial se refiere a las habilidades de gestión como planificación, toma de decisiones, marketing y contabilidad. Por último, los emprendedores también deben tener habilidades personales para innovar, tomar riesgos y persistir (Henry, Hill y Leitch, 2005).

No obstante, cualquiera de los tipos de formación en emprendimiento que apliquemos tendrá un mayor impacto si se utiliza un enfoque holístico donde los alumnos tendrán la oportunidad de desarrollar competencias, atributos y el comportamiento de un emprendedor exitoso en lugar de centrar la atención únicamente en la formación teórica (Kirky, 2004). Sobre este tipo de enfoque holístico Ramayah, Ahmad y Fei (2012) sugieren llevar a cabo este tipo de evaluación en el transcurso de la puesta en práctica, es decir, la evaluación de la experiencia, y no tanto de un examen escrito. Los resultados de este tipo de formación son los beneficios obtenidos o la estimación de los mismos. Las competencias, actitudes y comportamientos que desarrollan no son solo importantes para los futuros emprendedores sino también para los futuros empleados de una organización. Fayolle (2007) también constató esto mismo cuando propuso que la formación en emprendimiento requiere de un enfoque multidimensional, donde abarcar distintas competencias, e interdisciplinario,

donde abarcar otras áreas de conocimiento como las ciencias o las letras, con un énfasis en los procesos dinámicos.

Neck y Greene (2011:68) centran su atención en la formación práctica y coinciden en que “*entrepreneurship within a formal education structure requires a new approach based on action and practice*”. Las propuestas miran hacia el consenso educativo y plantean que las instituciones abandonen las antiguas prácticas y empiecen a pensar “*out of the box*”; es decir, aplicar una metodología innovadora que fomente la creatividad (Zhou y Luo, 2012).

A la luz de estas propuestas, varias universidades españolas ya han puesto en práctica estas metodologías como, por ejemplo, la Universidad de La Laguna. Esta universidad ha publicado un artículo con los resultados de su proyecto de formación emprendedora donde inician a los participantes de este proyecto en el mundo empresarial a través de la generación de ideas de empresa y consecutiva redacción de un plan de negocio viable (García-Rodríguez, Gil-Soto y Ruíz-Rosa, 2012), o la Universidad de Valencia a través de su Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores⁵³ y la Cátedra Excelencia y Desarrollo en Emprendimiento: de Estudiante a Empresario⁵⁴, las cuales ofrecen formación en emprendimiento y asesoramiento a emprendedores e introducen la misma metodología que la Universidad de La Laguna. Estos programas de formación y muchos otros que están implementando distintas universidades españolas empieza a influir positivamente en las intenciones emprendedoras (Coduras et al., 2008).

La Comisión Europea concluye en su informe final *Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies*, diciendo que uno de los métodos más efectivos para promover el emprendimiento es a través de ‘*group and team techniques for creating new business ideas, the use of case studies and business planning workshops*. (European Commission, 2008:66). A nivel internacional un modelo a seguir podría ser el utilizado por el MIT, Massachusetts Institute of Technology, una de las instituciones universitarias más innovadoras del mundo. Esta universidad destaca por sus recursos tecnológicos y científicos, la calidad de su investigación, sus mecanismos organizativos y las políticas de apoyo al emprendimiento (O’Shea et al., 2007; García-Rodríguez, Gil-Soto, Ruíz-Rosa, 2012),

⁵³ URL: <http://www.uv.es/bcjauveg/>

⁵⁴ URL: <http://www.uv.es/catDACSA/index.html>

una combinación de factores que han generado grandes avances, como también sería el caso de las empresas que componen el Silicon Valley, que alberga algunas de las empresas y start-up más innovadoras y tecnológicas del mundo, y por ende puramente emprendedoras.

En definitiva, la formación en emprendimiento contribuye en gran medida al aprendizaje y desarrollo de las habilidades emprendedoras y combina además, conocimientos teóricos y prácticos lo cual ayuda a que las personas puedan aplicar sus conocimientos y adquirir experiencia práctica.

III.4. Otro tipo de formación: Aprendizaje permanente

Hasta aquí, hemos revisado algunas propuestas de formación en emprendimiento. Una de las grandes novedades de los nuevos modelos de enseñanza que comentábamos al inicio de este capítulo será la propuesta *lifelong learning* o lo que es lo mismo, el «aprendizaje permanente». Se trata del proceso continuo de interacción entre formación y empleo, esencial para el aprendizaje de muchas profesiones y para complementar la formación previamente recibida.

Desde que la Unión Europea lanzara su LLP (*Lifelong Learning Programme*) en enero de 2007, se está aplicando, de forma progresiva, este modelo de aprendizaje *lifelong learning* (European Commission, 2007). Estos modelos fueron desarrollados para «adaptarnos de modo flexible a un mundo que está cambiando con rapidez y muestra múltiples interconexiones» para «garantizar que los ciudadanos europeos adquieran las competencias clave necesarias para poder adaptarse a estos cambios» (DOUE, 2006: 13). Muchas universidades europeas han desarrollado programas de aprendizaje permanente siguiendo las recomendaciones europeas (Garavan y O'Conneide, 1994; Fayolle, Gaill, y Laas-Clerc, 2006). No obstante, y a pesar de todos los esfuerzos de las instituciones europeas por impulsar esta formación continua, muchos gobiernos todavía no incluyen estos programas en sus planes estratégicos '*these approaches are often not guided by institutional strategies and are constrained by national legal frameworks and financial provisions*' (Smidt y Surssock, 2011: 12).

Las facultades en las que se imparten las carreras de Traducción e Interpretación, también han apostado por la formación continua de modo que,

como veremos en este capítulo, universidades de toda España cuentan con una oferta de formación extracurricular además de la oferta de Masters, Postgrados y Doctorados. No obstante, pocas facultades forman extracurricularmente en emprendimiento o creación de empresas, una salida profesional tan necesaria en estos tiempos y que como indicó el Consejo Europeo de Lisboa en marzo de 2000 es «el motor para una cultura empresarial más dinámica» (DGPYME, 2006: 9). Asimismo, la formación presenta muchas ventajas pues hace frente al desempleo y como además introdujo Schumpeter (1934) genera la destrucción creativa: la generación de productos o servicios innovadores que destruyen los que estaban previamente en el mercado.

Si además atendemos a las recomendaciones de las instituciones de la Unión Europea, las universidades de toda Europa deben «promover el conocimiento de la actividad empresarial, en tanto que generar producción de empleo y crecimiento económico, y también debe proporcionar a los estudiantes las habilidades y capacidades necesarias para la creación y gestión de empresas» (DGPYME, 2006: 9). El Consejo de Ministros de Educación de la Unión Europea, de febrero de 2001 señaló entre los «objetivos futuros de los sistemas educativos, el refuerzo de los vínculos entre instituciones educativas y empresas, así como el espíritu de empresa en la educación y en la formación» (DGPYME, 2006: 9).

Todas las instituciones de la Unión Europea y cada uno de los estados miembros velan por su bienestar y por un futuro mejor, que avalan con la educación ciudadana y el aprendizaje permanente. Asimismo, velan por un mercado con unas bases sólidas y para ello apuestan por el emprendimiento, ahora más que nunca. Como se presentó en el capítulo introductorio de esta tesis, el emprendimiento y la formación en emprendimiento contribuyen activamente a la recuperación económica y al progreso de todos los países (European Commission, 2013) pues crea oportunidades de éxito para todos, incluyendo tanto mujeres, inmigrantes y otros sectores minoritarios (Kuratho y Hodgetts, 2004). El plan de recuperación económica presentado por la Comisión Europea incluye la formación en emprendimiento como primer pilar para la recuperación (European Commission, 2013:3):

“To bring Europe back to growth and higher levels of employment, Europe needs more entrepreneurs. [...] the proposed Action Plan sets out a renewed vision and a

number of actions to be taken at both EU and Member States' level to support entrepreneurship in Europe. It is based on three pillars: 1) developing entrepreneurial education and training; creating the right business environment; role models and reaching out to specific groups".

Investigadores internacionales también coinciden en que la formación en emprendimiento es clave para el futuro económico de cualquier nación (Heinonen y Poikkijoki, 2006; McKeown et al., 2006; Cheng et al, 2009; Ramayah, Ahmad y Fei, 2012). Como Audretsch (2002: 41) afirma "*human capital factors such as the entrepreneur's educational attainment and employee training appear to be more crucial than financial resources in contributing to growth*". Otros académicos además afirman que cualquiera puede aprender a emprender de forma efectiva (Kaplan y Waren, 2010; Henry, Hill y Leitch, 2005; Drucker, 1985; Kuratko y Hodgetts, 2004; Elmuti, Khoury y Omran, 2012). E incluso, otros académicos afirman que la formación en emprendimiento tiene un efecto positivo en la intención emprendedora y en las carreras profesionales de los emprendedores (Matlay, 2008; Ramayah y Zainon, 2005; Souitaris et al., 2007; Ramayah, Ahmad y Fei, 2012).

Un informe llevado a cabo por la Dirección General de Empresa e Industria en 2012, titulado "*Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*", afirma que la educación en emprendimiento debería convertirse en obligatoria y ampliarse a todas las disciplinas (European Commission, 2012:18) lo cual destacan en su resumen ejecutivo cuando declaran:

"Entrepreneurship education has a positive impact on the entrepreneurial mindset of young people, their intentions towards entrepreneurship, the employability and finally on their role in society and the economy. These are the major results of this study among alumni of higher education institutions in Europe" (European Commission, 2012:7).

El mismo informe dispone que según el Marco Europeo de Referencia el emprendimiento y el sentido de la iniciativa forman parte de las ocho competencias básicas que los ciudadanos deben adquirir propuesto por el programa de aprendizaje permanente *-lifelong learning*:

"Entrepreneurship and a sense of initiative is one of the eight key competences for lifelong learning which citizens require for their personal fulfilment, social inclusion, active citizenship and employability in a knowledge-based society" (European Commission, 2012:43).

A pesar de todos los compromisos políticos de la UE, los avances en la educación en emprendimiento no siguen los mismos pasos en todos los países. Según los resultados de la “*Survey of entrepreneurship in higher education in Europe*” (NIRAS, 2008), se estima que más de la mitad de los estudiantes europeos que reciben educación superior no tienen acceso a la educación en emprendimiento. Esto demuestra que alrededor de 11 millones de estudiantes carecen de la oportunidad de participar en actividades curriculares o extracurriculares que estimulen su espíritu emprendedor (Lanero et al., 2011) o incluso que estimulen el sentido de la iniciativa (European Commission, 2012).

En definitiva, la universidad juega un papel fundamental en el futuro de las generaciones venideras no solo porque dota a los estudiantes de conocimiento sino también de experiencia y formación profesional. Los traductores e intérpretes que finalizan sus estudios necesitarán de estos conocimientos y experiencia para poder iniciarse en el mercado así como la iniciativa y las destrezas emprendedoras que les ayudará a emprender un nuevo proyecto. Los programas de aprendizaje permanente que están a la disposición de los ciudadanos europeos son una herramienta clave para adquirir estos conocimientos complementarios que muchos necesitan para desarrollarse profesionalmente.

III.5. La formación en los estudios de Traducción e Interpretación en España

‘Translation involves far more than finding target-language equivalents for source-language words and phrases; it also involves dealing with clients, agencies, employers; networking, research, use of technology; and generally an awareness of the roles translation plays in society and society plays in translation’. (Robinson, D., 1997)

Con la evolución del conocimiento y con el auge de la educación superior de la que tanto hablamos en este siglo XXI, han surgido nuevas carreras y han proliferado numerosos estudios entre los cuales se encuentran los de traducción e interpretación, una cuestión que hemos tratado en el capítulo II. Posiblemente, la globalización sea uno de los motivos por los que los estudios en Traducción e Interpretación hayan prosperado en España y resto del mundo (Lozano, 2011). El

caso es que solo en Europa contamos con 23 lenguas oficiales, y un servicio de traducción e interpretación que no deja de crecer.

La tendencia registrada en los últimos años en el sector de la educación superior podríamos clasificarla en tres grandes grupos donde encontramos, en primer lugar, 1) la proliferación de la educación superior; a continuación, 2) la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, de la mano del Plan Bolonia; y por último y más recientemente, 3) vemos el creciente interés que han tomado las universidades europeas por los aspectos empresariales, entre otros motivos, como salida a la crisis que atraviesa Europa y el resto del mundo desde el año 2008. A continuación, vamos a estudiar cada uno de estos grupos pues vemos que la universidad de hoy vela para que la universidad siga prosperando, para que exista cooperación europea, y preparar a los estudiantes para el mundo laboral.

1) Proliferación de los estudios de traducción e interpretación

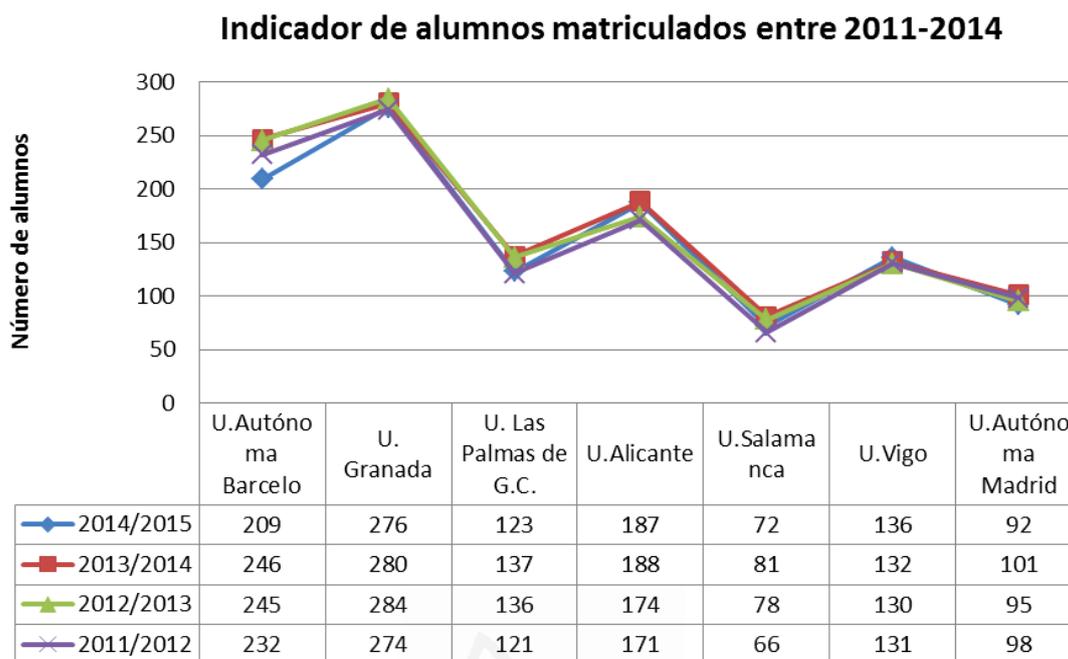
La tabla que mostramos a continuación, refleja la evolución del número de estudiantes de traducción e interpretación matriculados en universidades españolas entre los años 1998 y 2003, donde despunta la Universidad de Granada que matriculó 1.673 alumnos en el año 2002, seguida por la Universitat Autònoma de Barcelona que matriculó a 1.113 alumnos en 2002. Estas cifras muestra el número total de alumnos matriculados en la titulación de traducción e interpretación, es decir incluye todos los alumnos de 1º y 2º ciclo.

Tabla 2. Estudiantes matriculados, por centro y promoción.

CENTRO	1998-99	1999-00	2000-01	2001-02	2002-03
UCP-Cluny	72	77	67	51	56
UAM	–	–	–	–	80
UEM	130	145	164	159	160
UAX	216	222	194	217	198
UVic	312	284	256	235	276
UPCO	295	287	304	297	278
CESFII	–	48	98	191	280
UVA	197	229	251	265	289
USAL	249	246	266	292	320
UPV-EHU	–	–	64	135	331
UJI	393	435	438	456	477
UVigo	490	466	551	577	625
UPF	523	529	543	603	638
UMA	494	498	645	684	735
UA	532	621	681	713	762
ULPGC	693	743	754	725	770
UAB	1.013	1.027	1.058	1.088	1.113
UGR	1.338	1.442	1.541	1.535	1.673
TOTAL	6.947	7.299	7.904	8.277	9.142

Fuente: Aneca, Libro Blanco. Título de Grado en Traducción e Interpretación

Más recientemente, con la implantación de los grados vemos que la evolución de las matriculaciones sigue en aumento pero también han aumentado el número de universidades. España cuenta con más de 30 universidades públicas y privadas repartidas en todo el territorio. En la tabla 3 mostramos una relación de algunas universidades públicas ubicadas en todos los puntos cardinales de España y los datos de alumnos matriculados en los últimos cursos. De entre estas universidades figuran las tres pioneras en implantar los estudios universitarios de traducción e interpretación en España: la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universidad de Granada y la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Estas universidades fueron además, como indica la tabla 2, las que en el periodo de 1998 a 2003 registraron las mejores cifras por total de alumnos matriculados, cifras que están en consonancia con la tabla 3 pues indica que las tres universidades, junto con la Universidad de Alicante, han registrado números de alumnos matriculados de nuevo ingreso por preinscripción muy positivos.

Tabla 3. Indicador de alumnos matriculados por primera vez en universidades públicas entre los cursos 2011 y 2014

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de la Secretaría General de Universidades del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte⁵⁵.

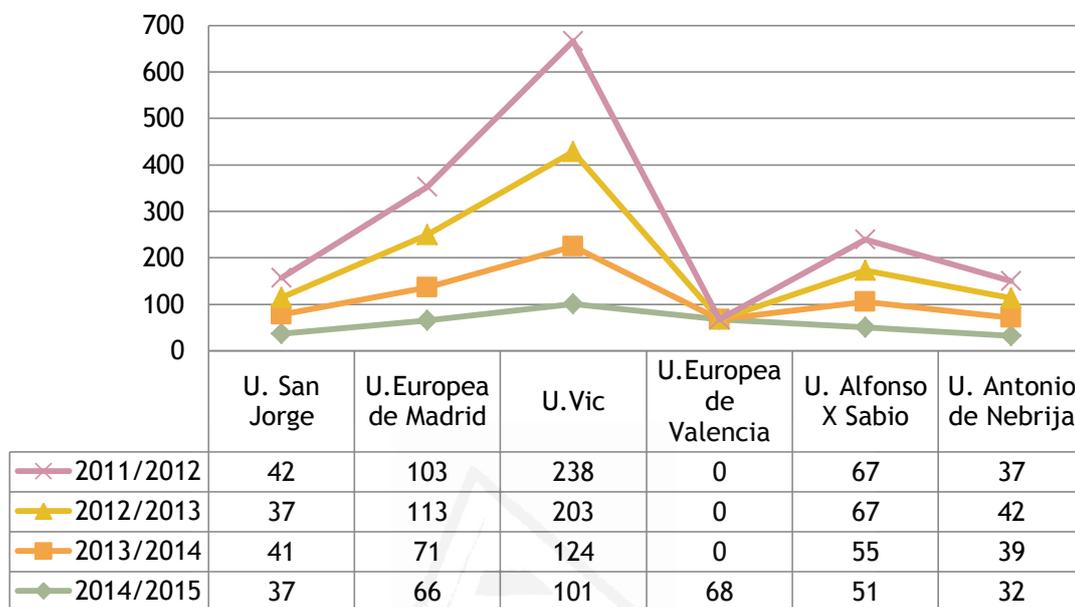
Entre estos datos destaca de forma significativa la Universidad de Granada pues despunta entre el periodo de 2012/2013 y 2013/2014 con 284 y 280 alumnos matriculados respectivamente. A esta le sigue la Universitat Autònoma de Barcelona y la Universidad de Alicante, dos universidades con una alta tasa de matriculación con respecto al resto de universidades.

En cuanto a la oferta de universidades privadas, el número total nacional de estudiantes matriculados en universidades públicas en el curso 2014-2015 fue de 1.196.564, y 164.776, cifras que son un mínimo inferiores a las registradas en el curso anterior 2013-2014 con 1.239.142 alumnos matriculados en públicas y 177.685 en privadas. La tabla 4 muestra la evolución de alumnos matriculados en las seis universidades privadas que incluye el MECD en su base de datos y que ofrecen los estudios de traducción e interpretación. Aunque existen nuevas universidades privadas que también ofrecen el Grado en Traducción e Interpretación, como por ejemplo, la Universidad Internacional del Atlántico, de

⁵⁵ URL: <http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/areas-educacion/universidades.html>

Santander, u otras de estudio a distancia como la Universidad Internacional de Valencia, en este estudio nos hemos basado en los datos que proporciona el MECD.

Tabla 4. Indicador de alumnos matriculados en universidades privadas entre 2011-2014.



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de la Secretaría General de Universidades del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

En este gráfico despunta la evolución de los alumnos matriculados en la Universidad de Vic, pues en cuatro años ha reducido a la mitad la demanda de alumnos. A esta le sigue la Universidad Europea de Madrid que también ha disminuido considerablemente las matriculaciones. La Universidad Europea de Valencia, es una universidad que dependía de la UEM pero recientemente pasó a tener gestión propia y desde el curso 2014/2015 existen datos propios.

En cuanto a la formación de post-grado y máster, se trata de una opción que cada vez más graduados eligen para especializarse en un área concreta. De hecho, el nuevo Espacio de Educación Superior establece la continuación de la estudios universitarios con un máster (European Comission, 2008). Los datos que mostramos a continuación así lo reflejan.

Tabla 5. Relación de másteres, años y alumnos matriculados⁵⁶

Máster en Traducción Médico-Sanitaria - UJI⁵⁷	2010-2011: 8ª edición 43 alumnos	2011-2012: 9ª edición 43 alumnos	2012-2013: 10ª edición 52 alumnos	---	---
Máster Oficial - Traducción, Interpretación i Estudis Interculturals UAB⁵⁸	---	2012-2013: 7ª edición 67 alumnos	2013-2014: 8ª edición 74 alumnos	2014-2015: 9ª edición 91 alumnos	----
Máster Universitario en Traducción Creativa y Humanística - UV		2012-2013: -- 34 alumnos	2013-2014: -- 39 alumnos	2014-2015: -- 39 alumnos	2015-2016: -- 39 alumnos
Máster Universitario en Traducción Profesional - UGR				2014-2015: 1ª edición 18 alumnos	2015-2016: 2ª edición 43 alumnos
Máster en Traducción Especializada - UCO	2011-2012 3ª edición 37 alumnos	2012-2013: 4ª edición 69 alumnos	2013-2014: 5ª edición 61 alumnos	2014-2015: 6ª edición 90 alumnos	2015-2016: 7ª edición 81 alumnos
Máster en Traducción Institucional - UA	2011-2012: 4ª edición 46 alumnos	2012-2013: 5ª edición 58 alumnos	2013-2014: 6ª edición 52 alumnos	2014-2015: 7ª edición 36 alumnos	2015-2016: 8ª edición 52 alumnos
Máster Universitario en Traducción para el Mundo Editorial - UMU	2011-2012: 2ª edición 15 alumnos	2012-2013: 3ª edición 20 alumnos	2013-2014: 4ª edición 13 alumnos	2014-2015: 5ª edición 11 alumnos	---
Máster en Traducción Profesional y Mediación Intercultural - ULPGC	2011-2012: 1ª edición 13 alumnos	2012-2013: 2ª edición 15 alumnos	2013-2014: 3ª edición 15 alumnos	2014-2015: 4ª edición 15 alumnos	2015-2016: 5ª edición 17 alumnos

Fuente: UJI, UAB, UV, UGR, UV, UMU y ULPGC.

Los datos de esta tabla desprenden una evolución continuada de la demanda de formación de postgrado. El máster de la UCO junto con el Máster de la UAB han aumentado en un 2.18% y un 1,35% respectivamente el número de estudiantes matriculados con respecto a sus primeras ediciones. A estas dos le sigue la UA, que también registra números de matriculación positivos exceptuando de un pequeño descenso registrado en el curso 2014-2015, y la UJI que cuenta con cifras similares a las de la UA.

⁵⁶ Las cifras que mostramos han sido proporcionadas una parte por las mismas universidades y las otras se encuentran publicadas en las URL que detallamos en las notas al pie 22 y 23.

⁵⁷ URL: <https://ujiapps.uji.es/estudis/ees/titols/masters/manecamaster/manecatms.pdf>

⁵⁸ URL: <http://www.uab.cat/web/informacio-academica-dels-masters-oficials/l-oferta-de-masters-oficials/el-master-en-xifres/traduccio-interpretacio-i-estudis-interculturals-1333001288059.html?param1=1096480178493>

La modalidad de estos másteres es mayoritariamente presencial excepto la Universitat Jaume I, la Universidad de Córdoba y la Universidad de Alicante que solo ofertan la modalidad a distancia. Las combinaciones lingüísticas que ofertan son, principalmente, inglés-español, francés-español y alemán-español, siendo de entre estas tres la de inglés-español la que recibe el mayor número de estudiantes.

En cuanto a las ediciones, como vemos la Universitat Jaume I (UJI) cuenta con un gran recorrido académico pues ofrece un postgrado especializado desde 2003 situándose en el más antiguo de entre los datos que recogemos. En cuanto a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) en el 2015 ha inaugurado la 10ª edición de un máster que sigue a la UJI por orden de antigüedad. El máster de la Universidad de Granada, solo cuenta con dos ediciones pero como dato interesante ofrece cursar el máster en lengua B y/o C indistintamente e incluye el árabe, alemán, francés e inglés. En cuanto al máster de la UCO cuenta con siete ediciones y ofrece además cuatro itinerarios de especialización: el humanístico-literario, el jurídico-económico y el científico-técnico. El máster de la Universidad de Granada, cuenta con cinco áreas de especialización. Por último, todos estos másteres plantean una doble orientación: hacia el perfil profesional y hacia el perfil académico-investigador.

2) *Implantación del Espacio Europeo de Educación*

Respecto al segundo grupo, con la llegada del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y la implantación del Plan de Bolonia se diseña para todos los estudios superiores de los 46 países que firmaron este acuerdo en mayo de 2007 (European Commission, 2008:12) un plan para alcanzar acuerdos de cooperación pero sobre todo, para desarrollar planes de estudio comunes de manera que resulte más sencillo para cualquier país europeo reconocer la formación impartida por los ciudadanos. Esta cooperación también da lugar a una mejora de las relaciones internacionales entre profesores y alumnos de los distintos países (European Commission, 2008:12).

Con la implantación del EEES los planes de estudio de todas las universidades fueron revisados para ofrecer estudios regulados. Uno de los grandes cambios fue la inclusión en todas las carreras la oferta de prácticas profesionales. En los

estudios de TeI se propuso, entre otros, la inclusión de una asignatura que supla algunas carencias del plan de estudios de la anterior licenciatura (Aneca, 2004).

3) Formación empresarial

Una de estas grandes y criticadas carencias de las licenciaturas era la falta de contacto con el mundo profesional, de modo que muchos alumnos al terminar sus estudios planteaban la siguiente cuestión ¿y ahora qué? Las universidades poco a poco se han visto con la necesidad de ofrecer a los alumnos prácticas profesionales en empresa lo cual ha despertado el interés de los alumnos. De hecho, cada vez los estudiantes muestran más inquietudes por su futuro laboral y valoran el porcentaje de empleo para graduados como uno de los criterios más importantes antes de elegir universidad (James et al., 1999; Ivy, 1999; Moogan et al., 2001; Ali-Choudhury et al., 2008). En definitiva, las instituciones de educación superior deben hacer frente a las nuevas demandas tanto formativas como laborales y buscar formas innovadoras de aprovechar el capital humano y transformarlo en recursos económicos y sociales (Lanero et al., 2011).

Sin ir más lejos, profesores de algunas facultades de TeI han querido dar respuesta a esta pregunta de los alumnos y facultarles con herramientas que les ayuden a desenvolverse en el mercado profesional. Román Mínguez (2009: 630) explica sobre esta cuestión:

«La competencia traductora que el alumno logra en el último curso de los estudios de Traducción e Interpretación se debería aproximar lo más posible a la que se exige en la práctica profesional de la traducción con el fin de que éste pueda responder a las exigencias del mercado profesional de la traducción de hoy en día».

Esta propuesta que lleva a cabo la Universidad Autónoma de Madrid, plantea integrar en el currículum de los estudios de TeI una asignatura que introduzca a los estudiantes en el mercado profesional de forma que los alumnos conozcan las cuestiones relacionadas con los clientes, el formato de los encargos, las tarifas, los plazos de entrega o las herramientas informáticas, entre otras. Aunque esta propuesta todavía no se haya incluido en todos los planes de estudio universitarios, y pese a que se proponga en el Libro Blanco «un acercamiento aún mayor al mercado profesional» (Aneca, 2004:104), los alumnos pueden adquirir esta experiencia al cursar prácticas en empresas que, en cierto modo, les permite

establecer contacto con el mercado laboral. Quizás sea este uno de los grandes progresos de los últimos tiempos en materia de educación: dotar a los alumnos de práctica profesional real, o lo que es lo mismo, experiencia laboral, como respuesta además, a la gran demanda de estudios que incluyan prácticas profesionales remuneradas (Vázquez et al., 2006, 2009a, b, 2010).

Las prácticas en empresa son, sin lugar a dudas, un importante paso para adquirir experiencia real y entrar en contacto con el mundo laboral. Pero además, puede despertar entre los alumnos la iniciativa empresarial, es decir, puede fomentar el espíritu emprendedor. Para este respecto, la ANECA incluye ya desde el año 2004 ciertas competencias transversales sistemáticas para el Grado de Traducción e Interpretación, siendo estas tres destrezas: 1) creatividad; 2) iniciativa y espíritu empresarial; 3) liderazgo (Aneca, 2004:82). Sumado a las competencias que se definen, el Libro Blanco de Grado de Traducción e Interpretación establece como objetivo formativo nocional n.16: «*Conocimientos sobre el mercado. Nociones de estructura y funcionamiento empresarial. Marco legal de los perfiles profesionales*» (Aneca, 2004:115). Por lo que una vez más, podemos afirmar que para alcanzar este objetivo formativo son necesarios por un lado, la formación empresarial que permitirá adquirir las nociones de estructura y funcionamiento empresarial junto a los conocimientos sobre mercados, y por otro lado la práctica que otorga la visión más real de las estructuras y funcionamiento empresarial.

Esta cuestión también la abordan las instituciones europeas a través de sus múltiples informes sobre emprendimiento (European Commission, 2000, 2003, 2008, 2012). En estos informes afirman que es necesario dotar a los alumnos de la teoría pues el conocimiento es la fuente para el progreso, además de la práctica profesional, ya sea en empresa o en formación práctica para la adquisición de habilidades empresariales que capaciten para emprender pues es la práctica la que hace al maestro.

Según un informe de la Comisión Europea (European Commission, 2008), *Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies*, durante los últimos años la creación de nuevas empresas en España a partir del conocimiento universitario se ha convertido en una prioridad. Como hemos citado

anteriormente se están desarrollando programas para alumnos de ingeniería – programa de la Universidad de la Laguna-, de arquitectura e incluso de letras para los que han diseñado cursos que preparan para emprender (Kuratko, 2005). Este informe de la Comisión Europea, aborda de pleno este tema y señala que:

“Students in all fields, including Humanities, Arts and Creative studies, may greatly benefit from learning about –and gaining experience of– entrepreneurship. In fact, entrepreneurial mindsets, knowledge and abilities will be of benefit to young people in all walks of life and in a variety of jobs” (European Commission, 2008:11).

Entre el gran abanico de salidas profesionales que ofrecen los estudios de Traducción e Interpretación y más concretamente, la creación de una agencia de traducción e interpretación se presenta como una potencial alternativa para una persona licenciada o graduada (García, 2000). No obstante, para asegurar el éxito empresarial y la supervivencia de la empresa es necesario tener algún tipo de formación al respecto. García (2000:85) socia fundadora de Babel Traducciones Granada, una de las empresa de traducción más consolidadas en el mercado español, hace mención a la importancia de recibir formación en creación de empresas y comenta al respecto que «antes de iniciar este proceso de creación de empresa, no sólo es necesario tener experiencia en el campo de la traducción y/o la interpretación, sino que sería conveniente recibir alguna formación en administración y creación de empresas. Para ello, no es necesario ser licenciado en Empresariales o Económicas, sino acceder a cursos organizados por algunos organismos, la mayoría de ellos de carácter gratuito».

Un grupo de profesores de la Universidad de Ghent llevó a cabo un trabajo de campo con alumnos de un máster y entre los resultados obtenidos ponen de manifiesto los beneficios de recibir formación en creación de empresas. A continuación detallamos algunos datos sobre el estudio y sus conclusiones.

III.5.1. Estudio de caso: La Universidad de Ghent

En los últimos años, el campo de la traducción y la interpretación ha incorporado algunos aspectos sobre la situación laboral de este sector de actividad. Pocos trabajos recogen información práctica acerca de la metodología que se emplea en las aulas para informar a los alumnos sobre las salidas profesionales.

Entre las salidas profesionales, el emprendimiento, tema que abordamos en esta tesis, también ha sido estudiado anteriormente por profesores de la Ghent University, quienes además presentan un informe con los resultados obtenidos en su trabajo exploratorio llevado a cabo en las aulas de la facultad de traducción. Este informe presenta los resultados obtenidos tras haber observado el transcurso del curso para traductores sobre competencias emprendedoras en la formación de traductores.

Sonia Vandepitte llevó a cabo en 2008 este estudio piloto, en el que introdujo competencias emprendedoras en su clase de traducción, en forma de elaboración de proyectos de empresas. La muestra de su estudio fueron alumnos del Máster de Traducción de la University College Ghent. El objetivo de esta iniciativa al que llamaron *Small Business Project*, se concentra en dos puntos clave: el primero es desarrollar competencias y actitudes necesarias para establecerse como traductor autónomo haciendo especial hincapié a las competencias emprendedoras. Estas competencias incluyeron iniciar y llevar a cabo los proyectos de empresa; resolver los conflictos, negociar, coordinar, comunicarse y trabajar con sus compañeros dentro del calendario establecido para ello. En segundo lugar, aumentar el conocimiento en relación con la terminología, información básica sobre el tema, géneros textuales y estudios de traducción relevantes.

El periodo de este curso fue de 12 semanas donde los alumnos recibieron formación, expusieron e iniciaron sus proyectos, no obstante, los proyectos no fueron individuales sino en grupos de 4 o 5 socios. En este tiempo tuvieron que seguir muchos pasos antes de completar el curso entero entre los que se incluyeron: diseñar un plan de negocio, definir los horarios de la empresa, búsqueda de clientes, promoción de servicios de traducción, desarrollo de las estrategias competitivas, plan de marketing, establecer tarifas para todos sus servicios, para posteriormente traducir y revisar los encargos, contactar y negociar con los clientes, etc. Por otro lado, cada miembro del grupo se asignó un rol en la empresa, como director CEO, gerente financiero, gerente administrativo, gerente comercial y/o gerente técnico (terminólogo).

Tras las 12 semanas, los alumnos obtuvieron unos beneficios de 4,000€. Por lo tanto son resultados muy alentadores tanto para los profesores como para los

alumnos que lograron reunir esta suma de dinero. Por otra parte, se han descrito algunos inconvenientes en relación con los conocimientos de los alumnos. Una de las ventajas de este proyecto fue la oportunidad que tuvieron los alumnos de poner en práctica y desarrollar competencias emprendedoras, necesarias para establecer el negocio. No obstante, los conocimientos iniciales en creación de empresas son muy pobres, puesto que en el transcurso de sus estudios apenas han contado con otros modelos de emprendimiento, tan solo algún profesor ha podido darles algunas pinceladas. Otra crítica que recibe el proyecto, es la falta de conocimiento sobre gestión de proyectos de traducción. Por lo tanto, este proyecto ha supuesto un gran reto para los alumnos, pues la gran mayoría contaban con pocos conocimientos sobre creación de empresas, gestión de proyectos de traducción y otras tareas derivadas.

A pesar de las limitaciones presentadas, no podemos obviar que la principal ventaja del proyecto es *'learn by doing'*, es decir, aprender a través de la práctica. Como Vandepitte comenta en sus conclusiones, la experiencia ganada con este proyecto ha ampliado el campo de visión de los alumnos respecto a la profesión de los traductores e intérpretes, el mercado que envuelve esta profesión, la toma de riesgos, y en última instancia, esta experiencia despierta el espíritu emprendedor de los alumnos, quizá una de las mejores destrezas que hayan podido aprender.

Unas conclusiones que podemos contrastar con muchos otros estudios e incluso con los informes elaborados por expertos en la materia que a nivel internacional afirman que los programas de formación en emprendimiento ofrecen a los alumnos:

"the tools to think creatively, be an effective problem solver, analyse a business idea objectively, and communicate, network, lead, and evaluate any given project. Students feel more confident about setting up their own business as they can now test their own business ideas in an educational, supportive environment" (European Commission, 2008: 10).

En otros estudios llevados a cabo (Elmuti, et al, 2012; García-Rodríguez, et al, 2012; Ramayah, et al, 2012) también analizaron el impacto de la formación en emprendimiento en el desarrollo y la mejora de las habilidades emprendedoras. Los datos demuestran que la educación en emprendimiento y los programas de

formación crean actitudes positivas hacia lo nuevo y crean confianza, por lo tanto, son factores con un impacto positivo para las empresas.

III.5.2. Tipos de formación en emprendimiento para traductores e intérpretes

El anterior caso de formación en emprendimiento llevado a cabo por la Ghent University es un buen ejemplo de formación empresarial para traductores e intérpretes que desean iniciar su empresa o para aquellos que prefieren desarrollarse como empresario autónomo.

La tendencia en la formación de traductores e intérpretes e incluso de profesionales con experiencia gira en torno a la especialización (Martin, 2011). La especialización se refiere a conocer bien el área que se va a traducir, tener amplios conocimientos sobre el tema que no debe confundirse con ser experto de carrera en la materia (Martin, 2011). El mercado de Tel es cada vez más amplio y requiere de profesionales con un amplio bagaje sobre el tema del texto que se traduce, es decir, requiere profesionales competentes en el área de trabajo. Muñoz Sánchez (2008) y otros traductores profesionales como Kelly (2000) o Martin (2011) así lo describen. Las profesiones del traductor e intérprete son tan multifacéticas que la formación universitaria sólo puede ser la base para una especialización posterior, bien en la misma empresa, bien en cursos de posgrado o de formación continua (Kelly, 2000).

Asimismo, cabe hacer mención a la importancia de especializarse en traducción o en interpretación en lugar de tender más hacia la traducción general (Kelly, 2000; Aneca, 2004). Como hemos explicado en el capítulo primero, la traducción y la interpretación son dos salidas profesionales distintas que además requieren de distinta formación. En España, seguimos cursando los estudios en Traducción e Interpretación conjuntamente pese a que en muchos países de Europa como Bélgica, Francia o Inglaterra se cursen por separado. Kelly (2000) aboga por separarlas en dos titulaciones distintas para dar cabida a la demanda social y dotar a los alumnos de una mejor preparación, basada en la práctica.

Trabajos publicados anteriormente (Hurtado; 2001; Chriss, 2006; Gouadec, 2007; Martin, 2011) coinciden en la necesidad de especializarse para poder ofrecer un mejor servicio a los clientes dada la creciente demanda del mercado de

traducción e interpretación. Este dato lo corroboran los encuestados de un estudio que previamente llevamos a cabo y cuyos datos incluimos también en este trabajo⁵⁹. En este estudio inicial, de entre los más de 60 empresarios y autónomos entrevistados el 34% afirma trabajar con la modalidad de traducción científico-técnica, el 27% trabaja más la traducción jurídica y otro 27% indica trabajar otras modalidades. Por otra parte, los datos publicados por el Libro Blanco del Grado en Tel (Aneca, 2004) constatan que entre los encuestados egresados de su estudio el 86,6% de los 321 informantes ha trabajado como traductor en algún momento, el 14,3% de intérprete y un 12,1% de servicios multilingües. Por lo que la traducción es la predominante entre estos dos sectores traductológicos. La especialización es, pues, necesaria y como bien nos indica Roger puede obtenerse a través de la formación: *“It can be obtained through coursework, on-the-job experience, or self-study”* (Roger, 2006: 3).

Las universidades, promotoras del *“lifelong learning”*, la investigación y la transferencia del conocimiento organizan congresos, seminarios, workshops, jornadas y coloquios para estos fines: difusión del conocimiento y el aprendizaje permanente. A continuación detallamos algunos ejemplos de la formación que imparten universidades españolas:

- ◆ Mesa redonda sobre traducción y emprendimiento (Universidad Europea de Madrid).
- ◆ Mesa redonda sobre el mercado profesional de la traducción económico-financiera (Universidad Europea de Madrid).
- ◆ Aula Europea: El espíritu emprendedor en el sector de la traducción (Universidad Europea de Madrid).
- ◆ Seminario de orientación profesional y emprendimiento (Universidad de Granada).
- ◆ Orientación sobre salidas profesionales (Universidad de Granada).
- ◆ Foros de empleo y Emprendimiento Universitario (Universidad de Granada).
- ◆ Curso de competencias para la creación de empresas (Universitat de València).
- ◆ Jornadas de transición al oficio de traductor e intérprete (Universitat d'Alacant).
- ◆ Seminario sobre la traducción profesional: Algunos consejos para incorporarse al mundo laboral (Universitat Jaume I).

⁵⁹ Adjuntamos los datos en el apartado de anexos. Anexo 5. Datos de la primera encuesta llevada a cabo que recoge más de 60 participantes profesionales del sector de la traducción e interpretación.

Si por otro lado, lo que se busca es formación en organismos como pueden ser las Cámaras de Comercio, García (2000: 86) enumera algunos de las instituciones que ofrecen cursos de formación en creación de empresas con asesoramiento y con un coste muy reducido o en ocasiones gratuito.

- ♦ Instituto de Fomento de Andalucía (IFA)
- ♦ Instituto Municipal de Formación y Empleo (IMFE)
- ♦ Instituto Andaluz de la Mujer (IAM)
- ♦ Centros VIVEM (Instituto Andaluz de la Mujer)
- ♦ Delegación de Trabajo
- ♦ Cámara de Comercio
- ♦ Confederaciones de Empresarios

Otras instituciones del gobierno español que también ofrecen formación para emprendedores es por ejemplo la DGIPYME, sección del Ministerio de Industria, Energía y Turismo que ofrece ayudas a los emprendedores y a las PYME a través de distintos canales entre los que incluyen cursos online para emprendedores y PYME, cursos para la creación de SRL y SLNE, y empresario individual, y cursos para Gerentes y Directores de Pre-incubadoras y viveros de empresa⁶⁰.

También ofrecen distintos tipos de formación las propias empresas de Traducción e Interpretación, o los traductores e intérpretes *freelance*. En el apartado siguiente vamos a detallar un listado de algunas de las empresas que lideran actualmente el mercado de la formación de traductores e intérpretes en España y en el extranjero, un listado que fue publicado por la Asociación Nacional de Empresas de Traducción e Interpretación (ANETI) y que ampliamos con algunas empresas que no fueron incluidas en este listado. Prácticamente todas las empresas que analizamos ofrecen cursos de formación online, pero algunas también ofrecen formación presencial desde sus oficinas de Madrid como Traduversia o Estudio Sampere, de Granada, Trágora Formación y de Barcelona, AulaSic. Seguidamente, ofreceremos otro listado de casos de estudio. Presentamos algunos formadores freelancers que a través de sus blogs o páginas web ofrecen servicios de traducción, interpretación y formación virtual. Estos freelance han sido seleccionados por su continua presencia como ponentes en congresos,

⁶⁰ http://www.ipyme.org/es-ES/Cursos_On-Line/Paginas/Cursos_OnLine.aspx

seminarios o talleres y por otra parte, por la amplia oferta de formación. Algunos de estos traductores e intérpretes freelance cuentan además con gran visibilidad en los medios sociales.

A continuación, vamos a explorar la oferta de formación de estas empresas y de estos empresarios freelance, que se centra por una parte, en el desempeño de la labor de traducción general, corrección y escritura especializada, y el manejo de softwares de traducción e interpretación, y por otra parte, en la formación en gestión empresarial.

III.5.3. Empresas especializadas en formación:

❖ **Traduversia** <http://traduversia.com/blog/>

Se trata de una plataforma exclusivamente educativa, con cursos para formar a traductores autónomos en cuestiones de productividad, gestión, herramientas de localización, etc. y con un blog donde además publican distintas entradas sobre temas afines a la profesión de traductor. Los formadores son Pablo Muñoz y Rafael López quienes además, también escriben en sus respectivos blogs: *Algo más que traducir* (Pablo) (<http://algotrasaducir.com/>) y *Jugando a traducir* (Rafael) (<http://jugandoatraducir.com/>).

❖ **Cálamo&Cran** <http://www.calamoycran.com/>

Ruth Gámez y Fernando Cuñado, licenciados en Derecho y especializados en traducción jurídica de inglés fundaron esta empresa. Además de empresarios son también profesores de traducción jurídica en la Universidad Pontificia de Comillas y coautores del blog «El jurista lingüista» (<http://traducciónjuridica.es/blog>). Su empresa Cálamo&Cran lleva en activo desde 1997 y desde entonces han aumentado notablemente los servicios de formación entre los que destacamos el seminario de «Redes sociales para autónomos» o «Prácticums de traducción». Cuentan además con un amplio equipo de formadores así como de traductores e intérpretes especializados.

❖ **Trágora Formación:** <http://www.tragoraformacion.com/blog/>

Elena Fernández es la fundadora de Trágora Traducciones y de Trágora Formación, empresa ubicada en Granada. Al igual que muchos otros traductores tiene un blog este versa sobre el marketing y el emprendimiento para traductores

(<http://marketingparatraductores.com/>). Los cursos de formación que ofrece pueden ser en modalidad online o presenciales. Destacamos el curso presencial de fiscalidad para traductores e intérpretes. Entre la oferta de cursos online cuenta con otro curso sobre fiscalidad y contabilidad, y, la gestión de morosidad para traductores. Recientemente ha sido entrevistada para formar parte del blog del curso de Marta Stelmazak, *Negocia Vende Traduce*, en cuya entrevista cuenta cómo fueron sus inicios como emprendedora:

<http://www.negociavendetraduce.com/entrevistas-a-traductores-emprendedores-en-nvt-1-elena-fernandez/>

❖ **Zot Formación** <http://www.zotformacion.com/>

Carmen Cedillo es intérprete y la fundadora de Zot Formación, una plataforma que ofrece cursos online de formación para traductores e intérpretes. De entre los cursos que oferta destaca el de *Social Media Marketing para traductores e intérpretes*. Además, en su blog *Desde mi mundo: La traducción y la interpretación en los servicios públicos*, publica información de interés sobre la profesión de la interpretación en los servicios públicos, entre otros temas. Una de sus entradas más interesantes incluye *¿Cómo abordar óptimamente un encargo de traducción e interpretación para los Servicios Públicos?*.

❖ **Aula SIC** <http://www.aulasic.org/>

Centro especializado en formación online y presencial para traductores, correctores y profesionales del sector lingüístico, es una empresa que ofrece principalmente cursos sobre herramientas para traducir con memorias de traducción y cursos de especialización. La oferta es probablemente de las más extensas del mercado español. Esta empresa cuenta con una gran variedad de temáticas entre las que ofrecen traducción especializada en páginas web, audiovisual, localización, arquitectura e incluso energías renovables. En su sección de traducción profesional ofrecen además formación en traducción profesional o un curso sobre cómo buscar trabajo en traducción.

❖ **Estudio Sampere**, Escuela de Traductores e Intérpretes <http://www.sampere.edu.es/> es una escuela privada con más de 40 años de experiencia en la formación de traductores e intérpretes. Cuentan con una amplia oferta de formación tanto presencial como a distancia entre la que incluyen cursos, masters y seminarios interesantes como *Interpretación para profesionales* y,

Traductor Freelance. La plantilla de profesores supera la decena de profesionales cualificados.

❖ **Proz:** <http://www.proz.com/translator-training/format/online-training>

Este portal es mundialmente conocido por albergar un directorio con cientos de traductores e intérpretes de todo el mundo. Su principal función es la de gestionar encargos de traducción e interpretación, pero además recoge otros eventos que tienen lugar en distintas partes del mundo. Su sección de formación ofrece un amplio espectro de cursos, seminarios, webminars y powwows online. Su apartado de *Business of Translation and Interpreting* ofrece formación sobre la gestión de la empresa o negocio de traducción donde incluyen algunos de estos temas: creación de un plan de negocios, encontrar clientes, negociar, tarifas, etc. Dado que se trata de un portal internacional, existe formación en numerosos idiomas, aunque predominan el inglés y español.

Otras empresas que ofrecen formación de traductores e intérpretes no especializada en la formación empresarial son las siguientes:

❖ **ITS – Intérpretes y Traductores Salamanca:**

<https://www.itsalamanca.com/en/>. Empresa que como indica su nombre opera en Salamanca desde hace más de 20 años y ofrece además cursos de idiomas. La oferta de formación es online y presencial

❖ **Con Trazo Firme:** <http://www.contrazofirme.es/index.html>. Especializada en la formación de traductores online y presencial, es una empresa con sede en Madrid que ofrece cursos, charlas y talleres.

❖ **Sinjanía:** <https://www.sinjanía.com/> Empresa registrada en Asturias y especializada en la escritura. Ofrece cursos de escritura y de traducción de textos literarios, así como formación de traducción general. Los contenidos son completamente digitales, por lo que la formación es online.

❖ **TamTán:** <http://tamtaninterpretes.com/> Empresa con sede en Madrid, que ofrece formación en interpretación de conferencias en varias combinaciones lingüísticas. Esta empresa tiene un convenio con la la Universidad Autónoma de Madrid, donde se realizan las prácticas en cabina.

III.5.4. Casos de estudio: traductores *freelance* del ámbito nacional e internacional que ofrecen formación

❖ **Manuel Mata Pastor** es traductor empresario, formador e investigador desde hace más de 15 años. Este profesional compagina su carrera como traductor independiente con la formación y la consultoría. Imparte clases en distintas universidades españolas, aunque su principal actividad docente se concentra en el departamento de Traducción e Interpretación del C.E.S. Felipe II de la Universidad Complutense de Madrid donde imparte Informática Aplicada a la Traducción y, Localización de Software y Páginas Web. Además, ha impartido seminarios, talleres y jornadas en multitud de ocasiones en empresas, asociaciones, congresos, etc. Es socio y ha sido miembro de la Comisión de Formación de la Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes (Asetrad – www.asetrad.org). Sus lenguas de trabajo son el español, inglés e italiano, principalmente. También ofrece asesoramiento técnico a empresas en Europa y Estados Unidos.

❖ **Alicia Martorell**, traductora empresaria y formadora, cuenta con más de 30 años de experiencia en el mercado de la traducción. Traduce especialmente en el área humanidades e imparte clases en la Universidad Pontificia Comillas de Madrid. En 1996 recibió el Premio Stendhal de traducción por *Atlas*, de Michel Serres. Es socia fundadora de la Asociación Española de Traductores e Intérpretes (Asetrad - <http://www.asetrad.org/>), asociación que reúne a profesionales de toda España, cuenta con una amplia lista de socios y miembros, ofrece formación para traductores e intérpretes y funciona como vínculo entre empresas externas que necesitan los servicios de traductores e intérpretes. Sus lenguas de trabajo son el español y francés, especialmente.

❖ **Leon Hunter** es traductor jurado de inglés y español de su propia empresa Leon Hunter S.L. desde 2007 y empresario *freelance* desde hace más de 10 años. Leon escribe en su *Blog de Leon Hunter, Traducción jurada de inglés y otros temas de interés* (<http://leonhunter.com/blog/>) donde publica distintas entradas con relación a su área de especialidad. También escribe sobre temas relacionados con las redes sociales y ahora especialmente sobre el mercado de la traducción. Entre sus entradas, también incluye los cursos y programas que ofrece: el programa de mentoring está orientado hacia lo empresarial y de traducción jurada; el curso gratuito consta de tres partes, una introducción al mercado de la traducción, donde

además incluye recursos para traductores y dos partes más donde forma a los interesados en salidas profesionales como autónomo o *freelance*, tipos de proveedores, tipos de empresas y sociedades, tipos de contratos, intermediaciones, búsqueda de clientes, marketing y redes sociales, entre otros temas. Además de ofrecer estos valiosos conocimientos también ha llevado a cabo dentro de su programa de Mentoring dos jornadas [TraduEmprende](#), que ofrecen ayuda a los nuevos emprendedores del mundo de la traducción que desean abrirse paso en el mercado. Ambas jornadas de Madrid primero y Barcelona después tuvieron un gran éxito de audiencia.

❖ **Marta Stelmaszak** es polaca, reside en Londres y es propietaria de la empresa Want Words, (<http://wantwords.co.uk/school/>). Gran parte de su iniciativa empresarial la dedica a la traducción e interpretación de los sectores jurídico, empresarial y marketing. Tras haberse formado exhaustivamente ofrece asesoramiento a empresas polacas que residen en Inglaterra para ampliar su cartera de clientes. Otras actividades que desempeña son la formación de traductores en materia empresarial a través de su *Business School for Translators*, donde publica distintas entradas sobre aspectos relacionados con la función y gestión empresarial de las empresas de traducción y donde además ofrece recursos gratuitos a través de la solicitud de suscripción. Asimismo, ofrece un curso certificado donde cubre muchas de las cuestiones que ha estado publicando en su blog. Este curso se divide en cinco sesiones y media y ha sido traducido al español por los mismos estudiantes del curso. Así su versión en español se llama: *Negocia, vende, traduce* <http://www.negociavendetraduce.com/>.

Las clases que componen el curso tratan aspectos como diseñar un plan de negocios, dirigir el negocio como un empresario, trabajar para agencias, la venta de servicios y marketing para traductores. Entre sus últimos proyectos emprendedores encontramos la publicación del libro *The Business Guide for Translators*, una lectura que puede adquirirse tanto en versión papel como en digital y que cubre muchas de las lagunas existentes sobre el mercado empresarial que envuelve a la profesión de traductor e intérprete. Este libro se divide en 4 apartados: *Economics, Strategy, Business Management* y *Business Practice*. Marta Stelmaszak ha impartido numerosos cursos y seminarios en distintos países. Parte de esta formación la realiza por contratación externa como por ejemplo a través de

eCPD Webinars: http://www.ecpdwebinars.co.uk/page_2799144.html una de las mayores plataformas online de formación para traductores e intérpretes. Estos cursos suelen tener una gran acogida dado su carácter internacional y lo interesantes que resultan para la profesión.

❖ **Judy y Dagmar Jenner** son hermanas gemelas, nacidas en Austria, criadas en México y residentes de Estados Unidos y Austria. Su empresa, Twin Translations, ofrece servicios de traducción, interpretación y redacción y edición de textos en distintas lenguas. Las hermanas además de trabajar para distintas instituciones de reconocido prestigio como la ATA, UNIVERSITAS, Nevada Interpreters and Translators Association, también imparten clases en la Universidad de California San Diego's Extension, como es el caso de Judy. Ambas son formadoras, especialmente, en el área de emprendimiento y empresas. Han impartido numerosos seminarios, cursos y jornadas en Estados Unidos así como en Europa. Concretamente Judy Jenner tiene una amplia agenda de asistencia y formación para asociaciones y conferencias como la *Annual American Translators Association Conference*, UNIVERSITAS Austria, *North-West Translator's Network*, *Proz International Translator's Conference*, etc.

La amplia experiencia de estas hermanas se ve reflejada en su blog *Translation Times* (<http://translationtimes.blogspot.com.es/>) donde cuentan consejos y trucos sobre cómo gestionar las empresas de traducción e interpretación, entre otros temas. Asimismo, Judy Jenner escribe mensualmente la columna *Entrepreneurial Linguist* para la Asociación *American Translators Association's Chronicle* y ofrece sesiones de asesoramiento personalizado a través de su servicio de consultoría. Los *workshops* que imparte sobre el *Entrepreneurial Linguist* han tenido ya gran acogida desde el año 2009. Son sin lugar a dudas dos iconos del emprendimiento en el área de la Tel.

❖ **Corinne McKay**, traductora de francés a inglés, escritora y formadora en iniciación al mundo autónomo de los traductores e intérpretes ha publicado dos libros sobre estos mismos temas que además ofrece a los participantes de los cursos online que imparte (http://translatewrite.com/?page_id=30) donde se puede optar entre *Getting Started as a Freelance Translator* o *Beyond the Basics of Freelancing*. Su empresa TranslateWrite (<http://translatewrite.com/>) ofrece distintos servicios de traducción principalmente, a la vez que consultoría y

formación para traductores. Tras más de 12 años de experiencia como traductora certificada por la ATA, *American Translators Association*, y casi 10 años como formadora, participa activamente en distintas asociaciones como la *Colorado Translators Association*, de la que fue presidente desde 2008 a 2012, o la ATA, de la que es miembro de la junta directiva. También cuenta con un blog *Thoughts on Translation* (<http://thoughtsontranslation.com/>) donde escribe activamente sobre la industria de la traducción. Utiliza su blog para conectar y compartir ideas con el resto de traductores freelance de todo el mundo.

Finalmente, quisiéramos acabar este apartado diciendo que son muchos más las empresas y los *freelance* que dedican su tiempo a compartir sus conocimientos y experiencia sobre la tarea de traducir e interpretar, y sobre el mercado profesional que envuelve a esta profesión. No obstante, hemos intentado recopilar algunos de los que consideramos más destacados en la esfera nacional e internacional para mostrar que este sector es dinámico y que existen traductores emprendedores en todas las esferas del planeta.

III.6. Conclusión

Tras lo expuesto en este capítulo podemos afirmar que el papel de la universidad es ahora el instrumento más importante para el desarrollo social y económico (Kirby, 2006; Kirby, Guerrero y Urbano, 2011). La formación en emprendimiento sea la que ofrecen las universidades o bien la que ofrecen empresas u otras instituciones públicas y privadas, es una materia que se puede aprender y que además, constituye un elemento clave para 1) el progreso de la universidad hacia el cumplimiento de su «tercera misión» que es integrar el desarrollo socioeconómico en su actividad conjuntamente con la enseñanza y la investigación y para 2) la adquisición de destrezas emprendedoras, el desarrollo de la iniciativa y el espíritu emprendedor pues estas destrezas efectúan una valiosa contribución al desarrollo personal.

La oferta de formación es muy amplia, y puede, además, variar en función de nuestros intereses y necesidades: modalidad online o presencial, temas de especialización o generales, formación en la universidad o en empresa, formación breve o más duradera, en un idioma o en otro, etc. Esto es solo una breve

descripción de las opciones a las que optar y que en cualquiera de los casos aportarán valor a nuestro desarrollo profesional y personal. La formación en emprendimiento conforma una de estas opciones pero a diferencia con otras alternativas la oferta es tan amplia como las universidades existentes.

Puesto que las empresas suponen un importante punto de partida para las carreras profesionales de los traductores e intérpretes, necesitaremos potenciar la formación en emprendimiento para dotar a los profesionales de habilidades y herramientas con los que alcanzar sus objetivos personales y laborales. En definitiva, la formación en emprendimiento otorga un valor añadido a los conocimientos y habilidades de las personas, y contribuye positivamente a generar empleo y crecimiento económico, y por ende, contribuye al éxito empresarial.

III.7. Bibliografía

- Ademar Ferreyra, H. (2011). Construir futuros posibles: El desafío de aprender a emprender en las sociedades del conocimiento. *Tiempo de Educar*, 12(23), 9-28.
- Ali-Choudhury, R., Bennett, R. y Savani, S. (2008). University marketing directors' views on the components of a university brand. *International Review on Public and NonProfit Marketing*, 6, 11-33
- Aneca (2004). *Libro Blanco. Título de grado en Traducción e Interpretación*. URL: http://www.aneca.es/var/media/150288/libroblanco_traduc_def.pdf
- Aneca (2005). *Libro Blanco. Título de Grado en Economía y en Empresa*. URL: http://www.aneca.es/var/media/150292/libroblanco_economia_def.pdf
- Audretsch, D.B. (2002). Entrepreneurship: A survey of the literature for the European Commission, Enterprise Directorate General (July) URL: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=1837.
- Audretsch, D.B. (2007). *The entrepreneurial society*. Oxford: Oxford University Press.
- Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (2001). What is new about the new economy: Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change*, 10, 267-315.
- Barba-Sánchez, V. (2007). La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 5, 121-138.
- Barba-Sánchez, V., Jiménez-Zarco, A.I. y Martínez-Ruiz, M.P. (2007). Effects of entrepreneurial motivations and background on new venture's growth. *Proceedings in the International Marketing Trends Conference. Venice 014*
- Béchar, J.P. y Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship education research revisited : The case of higher education. *Academy of Management Learning and Education*, 4(1), 22-43.
- Béchar, J.P. y Toulouse, J.M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317-332.

- Bernasconi, A. (2005). University entrepreneurship in a developing country: The Case of the P. Universidad Católica de Chile, 1985–2000. *Higher Education*, 50(2), 247–274.
- Blais, R.A. y Toulouse, J.M. (1990). Les motivations des entrepreneurs: Une étude empirique de fondateurs d'entreprise dans 14 pays. *Revue Internationale PME (UQATR)*, 3(3-4), 269-300.
- Bueno, E. y Morcillo, P. (1993). *Dirección eficiente*. Madrid: Pirámide.
- Cheng, M.L., Chan, W.S. y Amir, M. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. *Education + Training*, 51(7), 555-566.
- Chriss, R. (2006). *Translation as a Profession*. New York: Lulu.com URL: <http://www.huntrans124.com/chriss.pdf>
- Clark, B.R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities*. Oxford: Pergamon.
- Coduras, A., Urbano, D., Rojas, A. y Martínez, S. (2008). The relationship between university support to Entrepreneurship with entrepreneurial activity in Spain: A Gem Data Based analysis. *International Advances in Economic Research*, 14(4), 395-406.
- Del Palacio, I., Solé, F., y Montiel, H. (2006). University spin-off programmes: How can they support the NTBF creation?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(2), 157–172.
- Diario Oficial de la Unión Europea (2006). Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de diciembre de 2006 sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente. Consulta el 2 octubre 2014 en <http://www.mcu.es/cine/docs/Novedades/Recomendacion Parlamento Europeo Consejo Aprendizaje permanente.pdf>
- Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa [DGPYME] (2006). *Iniciativas emprendedoras en la universidad española*. Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: Madrid. <http://www.ipyme.org/Publicaciones/EstudioIniciativasEmprendedoras.pdf>
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and entrepreneurship. Practice and principles*. 1st ed., New York: Prentice Hall.
- Elmuti, D., Khoury, G., y Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and ventures' effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 83-98.
- Etzkowitz, H. (1983). Entrepreneurial scientists and entrepreneurial universities in American academic science. *Minerva*, 21, 198-233.
- Etzkowitz, H. (1993). Enterprises from science: The origins of science-based regional economic development. *Minerva*, 31(3), 326–360.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: Cognitive effects of the new university-industry linkages. *Research policy*, 27(8), 823-833.
- Etzkowitz, H. (2003). Research groups as 'quasi firms': the invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32(1), 109– 121.
- Etzkowitz, H. (2004). The evolution of the entrepreneurial university. *International Journal of Technology and Globalization*, 1(1), 64–77.
- Etzkowitz, H. y Klofsten, M. (2005). The Innovating Region: Toward a Theory of Knowledge-Based Regional Development. *Research and Development Management*, 35(3), 243–255.

- Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From the National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–23.
- European Commission (2000). *Toward Enterprise Europe: Work programme for Enterprise policy 2000-2005*. Commission of the European Communities. Brussels: SEC, 2000 - 771. [http://archiwum-ukie.polskawue.gov.pl/HLP/files.nsf/0/CA167A5FEABAF749C1256F4F0039D031/\\$file/1.pdf](http://archiwum-ukie.polskawue.gov.pl/HLP/files.nsf/0/CA167A5FEABAF749C1256F4F0039D031/$file/1.pdf)
- European Commission (2003). *2003 SMEs in Europe 2003. The Observatory of European SMEs. No.7*. Luxemburg: European Communities (Disponibile en <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/>) Consulta el 20 Julio 2014.
- European Commission (2007). Education and Training Consultado el 30 de noviembre de 2014. URL: http://ec.europa.eu/education/tools/llp_en.htm
- European Commission (2008). *Entrepreneurship in Higher Education, especially in non-business studies*. Final Report of the Expert Group. Bussels: Directorate-General for Enterprise and Industry. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf
- European Commission (2012). *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Brussels: Directorate –General for Enterprise and Industry. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf
- European Commission (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 9.1.2013. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>
- Fayolle, A. (2007). *Handbook of research in entrepreneurship education: A general perspective*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Ltd.
- Fayolle, A., Gaill, B. y Laas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Garavan, T.N. y O’Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmes: A review and evaluation –Part 1. *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3-12.
- García, C.R. (2000). *La traducción free-lance y las agencias de traducción: diferentes opciones*. En Kelly, D. (2000). *La traducción y la interpretación en España hoy: Perspectivas profesionales*. Granada: Comares.
- García-Rodríguez, F., Gil-Soto, E. y Ruíz-Rosa, I. (2012). New methods in university entrepreneurship education: A multidisciplinary teams approach. *Creative Education*, 3, 878-883.
- Garzón, M.D. (2010). *Entrepreneurship y el papel de los emprendedores en la sociedad: el caso del instituto IDEAS como pionero universitario*. Tesis doctoral Universitat Politècnica de València. URL:
- Gibb, A. (1999). Can we build effective entrepreneurship through management development?. *Journal of General Management*, 24(4), 1-21.

- Goddard, J. (1998). The role of universities in regional development. Proceedings in CRE-Columbus. Paris 1 de agosto de 1998.
- Gorman, G., Hanlon, D., y King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education, and education for small business management: A ten-year literature review. *International Small Business Journal*, 15, 56-77.
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Heinonen, J. y Poikkijoki, S.A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible?. *Journal of Management Development*, 25(1), 80-94.
- Henry, C., Hill, F. y Leitch, C. (2005). *Entrepreneurship education and training: Can Entrepreneurship be taught?*. Emerald Group Publishing Ltd 47(2), 98-111.
- Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y Traductología. Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.
- Hytti, U. y O’Gorman, C. (2004). What is ‘enterprise education’? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. *Education & Training*, 46,(1), 11-23.
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: A correspondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15, 276-282.
- Jacob, M., Lundqvist, M., y Hellsmark, H. (2003). Entrepreneurial transformations in the Swedish university system: the case of Chalmers University of Technology. *Research Policy*, 32(9), 1555-1569.
- James, R. Baldwin, G, Mcinnis, C (1999) *Which university? The factors influencing the choices of prospective undergraduates*. Centre for the Study of Higher Education, University of Melbourne, Australia.
- Jamieson, I. (1984). *Education for entrepreneurship*. En Watts, A.G. y Moran, P. (Eds.). CRAC, Ballinger, Cambridge, pp. 19-27.
- Jiménez-Sáez, F. y Arroyo-Vázquez. M. (2009). *El fomento del emprendedurismo universitario a través de un modelo integrador*. Ingenio: Digital CSIC.
- Jones, C., Matlay, H., y Maritz, A. (2012). Enterprise education: For all, or just some? *Education + Training*, 54(8/9), 813-824.
- Kaplan, J.M. y Warren, A.C. (2010). *Patterns of entrepreneurship management*. 3rd Ed. MA: John Will & Sons.
- Kelly, D. (ed.) (2000). *La traducción y la interpretación en España hoy: Perspectivas profesionales*. Colección Interlingua, 13. Granada: Comares.
- Kirby, D.A. (2002a). *Entrepreneurship* (1st ed.). Maidenhead: McGraw-Hill.
- Kirby, D.A. (2002b). *Creating entrepreneurial universities: A consideration*. Working Paper. School of Management. University of Surrey.
- Kirby, D.A. (2004). Entrepreneurship educations: Can business schools meet the challenge?. *Education + Training*, 46(8/9), 510-519.
- Kirby, D.A. (2006). Creating entrepreneurial universities in the UK: Applying entrepreneurship theory to practice. *Journal of Technology Transfer*, 31(5), 599-603.

- Kirby, D.A. (2011). Entrepreneurship education and the creation of an enterprise culture: Provisional results from an experiment in Egypt. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 181-193.
- Kirby, D.A., Guerrero, M. y Urbano, D. (2011). Making universities more entrepreneurial: Development of a model. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28(3), 302-316.
- Klofsten, M., y Jones-Evans, D. (2000). Comparing academic entrepreneurship in Europe- The case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 14(4), 299-310.
- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5) 577-598.
- Kuratko, D.F. y Hodgetts, R.M. (2004). *Entrepreneurships: Theory, Process, Practice*. Mason OH: South Western College Publishers.
- Lanero, A., Vázquez, J.L., Gutiérrez, P. y García, M.P. (2011). The impact of entrepreneurship education in European universities: An intention-based approach analyzed in the Spanish area. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 8(2), 111-130.
- Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: Creating micro-mechanisms for endogenous regional growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12(1), 25-47.
- Lozano, C.A. (2011). *Estudio de Mercado sobre la traducción en España*. Trabajo de Fin de Grado. Salamanca: Universidad de Salamanca. URL: http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/108764/1/TFG_Cristina_Lozano_Arguelles.pdf
- Lucas, R.E. (1993). Making a miracle. *Econometrica*, 61, 251-272.
- Martin, C. (2011). Specialization in translation – myths and realities. *Translation Journal*, 16(2). URL: <http://translationjournal.net/journal/56specialist.htm>
- Martínez, D., Mora, J.G. y Vila, L.E. (2007). Entrepreneurs, self-employed and employees amongst young European higher education graduates. *European Journal of Education*, 42(1), 99-117.
- Matlay, H. (2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 382-396.
- McKeown, J. Millman, C., Srikanth, R.S., Smith, K. y Martin, L.M. (2006). Graduate entrepreneurship education un the United Kingdom. *Education + Training*, 48(8/9), 597-613.
- Moogan, Y., Baron, S. y Bainbridge, S. (2001). Timings and trade-offs in the marketing of higher education courses: A conjoint approach. *Marketing Intelligence & Planning*, 19, 179-187.
- Muñoz Sánchez, P. (05.01.2008). Textos paralelos y especialización del traductor. *Blog Algo más que traducir*. URL: <http://algotrasladar.com/textos-paralelos-y-especializacion-del-traductor/>
- Mwasalwiba, E.S. (2010). Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education + Training*, 52(1), 20-47.
- Neck, H.M. y Greene, P.G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Nikos (2004). *Progress Report 2001-2004*. Nikos, University of Twente. The Netherlands

- NIRAS (2008). *Survey of entrepreneurship in higher education in Europe*. NIRAS Consultants. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/highedsurvey_en.pdf
- North, D.C. y Thomas, R.P. (1973). *The rise of the Western World. A new economic history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O'Shea, R.P., Allen, T.J., Morse, K.P., O'Gorman, C., y Roche, F. (2007). Delineating the anatomy of an entrepreneurial university: the Massachusetts Institute of Technology experience. *R & D Management*, 37(1), 1-16.
- OECD (2010). The OECD innovation strategy: Getting a head start on tomorrow (Estrategia de innovación de la OCDE: llevarle ventaja al mañana. Resumen en español). <http://www.oecd.org/sti/45302715.pdf>
- Ramayah, T. y Zainon, H. (2005). Entrepreneurial intention among the students of University of Sains Malaysia (USM). *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1(1), 8-20.
- Ramayah, T., Ahmad, N.H. y Fei, T.C.F. (2012). Entrepreneurship education: Does prior experience matter?. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 65-81.
- Renau, J.J. (1994). *Creación de empresas: de la idea al proyecto empresarial*. Valencia: IMPIVA.
- Robinson, D. (1997). *Becoming a Translator*. New York: Routledge.
- Roger, C. (2006). The Translation as a Profession. *The Language Realm*. URL: <http://www.huntrans124.com/chriss.pdf>
- Román-Mínguez, V. (2009). *Diseño de una asignatura sobre conocimientos del mercado profesional de la traducción en el marco del nuevo grado de Traducción e Interpretación*. Entreculturas, 1, 627-646. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Romer, P.M. (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, 94(5): 1002-1037.
- Romer, P.M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98, 71-102.
- Schulte, P. (2004). The Entrepreneurial University: A Strategy for Institutional Development. *Higher Education in Europe*, 29(2), 187-191.
- Shane, S. (2005). *Economic development through entrepreneurship: Government, university and business linkages (New horizons in entrepreneurship)*. United Kingdom: Edward Elgar Publishing Limited.
- Smidt, H. y Surssock, A. (2011). *Engaging in lifelong learning: Shaping inclusive and responsive university strategies*. Brussels: EUA Publications. URL: http://www.eua.be/pubs/Engaging_in_Lifelong_Learning.pdf
- So, A.Y. (1990). *Social change and development. Modernization, dependency and world system theories*. London: Sage.
- Souitaris, V., Stefania, Z. y Andreas, L. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intentions of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22 (4), 566-591.
- Stiglitz, J.E. (1998). Más instrumentos y metas más amplias para el desarrollo. Hacia el consenso post-Washington. *Desarrollo Económico*, 38(151), 691-722.

- Thelen, M. (2006). *Going European: A plea for building a network of simulated translation bureaus*. En: Forstner, M. y Lee-Jahnke, H. (eds.). CIUTI-Forum Paris 2005. *Regards sur les aspects culturels de la communication*. Frankfurt am Main: Peter Lang. 219-236.
- Urbano, D. y Guerrero, M. (2011). *Las universidades emprendedoras en la economía del conocimiento*. México: Person Education.
- Vandepitte, S. (2009). *Entrepreneurial competences in translation training*. En Kemble, I. (ed.) Eighth Portsmouth Translation Conference Proceedings. The changing face of translation. Portsmouth: University of Portsmouth. 120-130.
- Vázquez, J.L., Georgiev, I. Gutiérrez, P., Lanero, A. y García, M.P. (2010). Promoting regional development from University. Students' perception on entrepreneurship motivation and training programs. *The Trakia Journal of Sciences*, 12-13, 1-7.
- Vázquez, J.L., Gutiérrez, P., Lanero, A. y García, M.P. (2009a). El desarrollo del potencial empresarial de los estudiantes en las universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. *Revista de Investigación Económica y Social de Castilla y León*, 12, 19-170.
- Vázquez, J.L., Naghiu, A., Gutiérrez, P. y Placer, J.L. (2006). University and entrepreneurship: Some results from the Spanish Legio experience 2002-06. *Buletin USAMV-CN*, 63, 1-6.
- Vázquez, J.L., Naghiu, A., Gutiérrez, P., Lanero, A. y García, M.P. (2009b). Entrepreneurship potential in the University: Intentions and attitudes towards new venture creation. *Bulletin UASVM Horticulture*, 66, 507-512.
- Zhao, F. (2004). Academic entrepreneurship: Case study of Australian universities. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(2), 91-97.
- Zhou, C. y Luo, L. (2012). Group creativity in learning context: Understanding in a social-cultural framework and methodology. *Creative Education*, 3, 392-399.

III.8. Portales web y Blogs de formación en emprendimiento

III.8.1. Sitios web de los centros de emprendimiento de las universidades:

[ACTUA - Universidad de Alicante: http://www.doeua.es/actua/](http://www.doeua.es/actua/)

[Adeit - Fundación Universitat Empresa: http://www.adeituv.es/](http://www.adeituv.es/)

[BIE - Barcelona Instituto de Emprendimiento: http://www.ub.edu/emprenedoria/](http://www.ub.edu/emprenedoria/)

[Cátedra Bancaja Jóvenes Emprendedores: http://www.uv.es/bcjauveg/](http://www.uv.es/bcjauveg/)

[Cátedra Bancaja: http://www.catedrabancaja.ua.es/](http://www.catedrabancaja.ua.es/)

[Cátedra de Cultura Empresarial: http://www.adeituv.es/catedras-de-empresa/catedra-de-cultura-empresarial/actividades/](http://www.adeituv.es/catedras-de-empresa/catedra-de-cultura-empresarial/actividades/)

[Cátedra Jóvenes Emprendedores: http://jovenesemprendedores-ull.blogspot.com.es/](http://jovenesemprendedores-ull.blogspot.com.es/)

[CIADE - Centro de Iniciativas Emprendedoras: http://www.ciade.org/](http://www.ciade.org/)

[Portal de ayuda a emprendedores del Ministerio de Industria, Energía y Turismo:](http://www.ipyme.org/es-ES/Cursos On-Line/Paginas/Cursos OnLine.aspx)
<http://www.ipyme.org/es-ES/Cursos On-Line/Paginas/Cursos OnLine.aspx>

III.8.2. Blogs de traductores e intérpretes consultados y sitios web de formación:

Algo más que traducir <http://algotrasaducir.com/>

Asetrad <http://www.asetrad.org/>

Aula SIC <http://www.aulasic.org/>

Cálamo&Cran <http://www.calamoycran.com/>

eCPD webinars <http://www.ecpdwebinars.co.uk/videonewtranslators.html>

El jurista lingüista <http://traducciónjuridica.es/blog>

Estudio Sampere <http://www.sampere.edu.es/>

Jugando a traducir <http://jugandoatraducir.com/>

Negocia, vende, traduce <http://www.negociavendetraduce.com/>

Proz: <http://www.proz.com/translator-training/format/online-training>

Thoughts on Translation <http://thoughtsontranslation.com> Traducción jurada de inglés y otros temas de interés <http://leonhunter.com/blog/>

TraduEmprende <http://traduemprende.wordpress.com/>

Traduversia <http://traduversia.com/blog/>

Trágora Formación: <http://www.tragoraformacion.com/blog/>

TranslateWrite <http://translatewrite.com/>

Translation Times <http://translationtimes.blogspot.com.es/>

Want Words <http://wantwords.co.uk/school/>

Zot Formación <http://www.zotformacion.com/>

Capítulo IV. Emprendimiento, Creación y Supervivencia de las empresas

'Success is to be measured not so much by the position that one has reached as by the obstacles which have been overcome while trying to succeed'.

Booker T. Washington

IV.1. Introducción

En este cuarto capítulo vamos a revisar la literatura sobre emprendimiento, creación de empresas y supervivencia empresarial. El sector de actividad económica que es objeto de estudio en esta tesis doctoral está compuesto por empresas pero mayormente de empresarios autónomos. Se trata de un sector de actividad que ha crecido en las últimas décadas pues, como hemos comentado en el segundo capítulo, cuenta con el respaldo de numerosas instituciones internacionales como la UE, la ONU, la OTAN o OEA. El número de traductores e intérpretes ha crecido porque también ha aumentado la oferta de esta titulación superior. Con miles de estudiantes y aspirantes a trabajar como traductor e intérprete, vemos que la vía de la empresa es cada vez más constructiva pues contribuye a restaurar el equilibrio del mercado (Kirzner, 2009).

Luego el objetivo de este capítulo es estudiar esta actividad profesional que muchos han emprendido y que es el centro de la actividad económica global pues según investigadores como Wennekers y Thurik (1999); Audretsch y Keilbach, (2004); Van Stel, Carree y Thurik, (2005); Wennekers, Van Stel, Thurik y Reynolds (2005), desde los años 80 se reconoce que las pequeñas y las medianas empresas son un elemento clave del desarrollo económico y social. En este contexto vamos a estudiar en un primer bloque ¿qué es emprender?, y las características de esta actividad: ¿el emprendedor nace o se hace? ¿cuál es el proceso de creación de un negocio? ¿cuál es la relación entre el emprendimiento y la innovación?. En un segundo bloque nos centramos en la supervivencia de las empresas y en los factores que influyen en la supervivencia empresarial como el género, el tamaño, los antecedentes empresariales o la financiación. Cada uno de estos atributos forma parte de las proposiciones o hipótesis de estudio que planteamos en esta tesis doctoral y que analizamos empíricamente en el capítulo sexto para finalmente, demostrar si estas proposiciones se cumplen o no.

IV.2. Emprendimiento: Definición y clasificación

Diversos autores coinciden en que el emprendimiento se ha convertido en el motor del desarrollo económico y social en la mayoría de países del mundo (Schumpeter, 1934; Audrestch, 2004; Thurik, 2008) dando lugar al fenómeno más influyente y proactivo en el contexto cultural de la competitividad (Hult y Ketchen, 2001; Hult et al., 2002). Luego, como afirma Audrestch (2002), resulta paradójico que no exista consenso sobre lo que realmente constituye el emprendimiento cuando este fenómeno ha sido admitido como impulso vital para las economías de los países desarrollados. De esta forma, después de más de doscientos años de desarrollo científico, la economía no ha proporcionado aún con total nitidez unas vinculaciones definitivas (Shane y Venkataraman, 2000; Busenitz *et al.*, 2003) sino que el emprendimiento se ha convertido en un marco de estudio bajo el cual se aloja una extensa variedad de investigaciones que incluyen, entre otros, estudios económicos (Audrestch, 2002). La naturaleza interdisciplinar del emprendimiento refleja que se trata de un fenómeno socio-económico, multidisciplinario y complejo (Acs y Audrestch, 2003).

Esta cierta confusión expuesta en el párrafo anterior se acentúa con la multitud de denominaciones existentes que nuestra literatura científica le ha dado al término anglosajón "*entrepreneurship*": factor empresarial, espíritu empresarial, empresarialidad, actividad emprendedora, función empresarial, empresariado, emprendimiento, creación de empresas e incluso empresario. Dado que el término «emprendimiento» actualmente ya figura en el Diccionario de la Real Academia Española, vamos a utilizar este último a lo largo de este trabajo así como el concepto «creación de empresas».

Con la complejidad y multidisciplinariedad que caracteriza al emprendimiento, es esencial establecer una definición adecuada para ser utilizada. Se han repasado las diversas definiciones de emprendimiento de los economistas teóricos como Richard Cantillon (1755), Schumpeter (1934) y Gartner (1990) pasando por VanderWerf y Brush (1994:12) quienes introdujeron en su artículo "*Toward agreement on the focus of entrepreneurship reseach: Progress without definition*" una revisión de hasta 25 definiciones de emprendimiento distintas. Indicaban, además, que el emprendimiento ha sido delimitado como una actividad

de negocios (*business activity*) consistente en la intersección de los siguientes comportamientos: la creación de empresas, la administración de un negocio, la innovación, la asunción de riesgos y la intención de desarrollo empresarial. Ahora bien, aunque las distintas definiciones parecen no tener una única conclusión, el significado de emprendimiento abarcaría tanto las características del empresario como el proceso emprendedor donde se identifica y evalúa las oportunidades de negocio (Veciana, 1999).

Aunque el término "*entrepreneurship*" se emplee en países de todo el mundo, conviene precisar que esta palabra proviene del francés «*entreprendre*» lo que a su vez significa emprender o comenzar una acción. El término "*entrepreneur*", aparece a principios del siglo XVI francés y describe a los hombres que se relacionaban con la expediciones militares y más tarde aquellos encargados de construir grandes catedrales, puentes y contratistas de rutas (Asensio y Vázquez, 2009). Años más tarde, en el siglo XVIII este término fue acuñado y popularizado por el economista irlandés Richard Cantillon (1755), quien describe el emprendimiento como "*working at risk*" (Cantillon, 1955: 41) o "*an entrepreneur who promises to pay the property owner, for his farm or land, a fixed sum of money [...] without assurance of the profit he will derive from this enterprise* (Cantillon, 1955:48-49). Minniti (2012: 23) señala sobre esta definición de Cantillon que se trata de «la voluntad de un individuo de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa». Cantillon destacó sobre todo la obtención de ingresos bajo incertidumbre.

Aunque fue el economista francés Jean Baptiste Say, quien a principios de 1800 otorgó importancia al emprendedor-capitalista cuando afirmó que es necesaria la creación de valor: el emprendedor no solo cuenta con cierto capital sino que además «traspasa recursos económicos de un área de baja productividad a una de alta productividad y, por lo tanto, de mayor rendimiento» (Dees, 1998: 2). Say acuñó este término en pleno auge de producción en gran escala conocido como Revolución Industrial del S. XIX donde se desarrolló un nuevo fenómeno: un individuo expresa una idea empresarial, la desarrolla y se encarga de que haya suficientes recursos disponibles para construir una nueva empresa; el emprendedor no es sino una figura que actúa dentro de un mercado (Tiran, 2014;

Menudo, 2014). En definitiva, Say constata que un emprendedor es un líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos y con habilidades para movilizar recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad; es un innovador, un agente de cambio (Say, 1803; Kempis, 2011).

Schumpeter (1934: 65), sin embargo, fue quien vinculó el emprendimiento a la innovación y (trata) «la destrucción creativa»: la generación de productos o servicios innovadores destruye los que estaban previamente en el mercado. Schumpeter otorga una nueva visión a la economía con su «empresario dinámico», innovador, aquel individuo que desea explotar algo nuevo, abandonar habilidades y realizar pensamientos soñadores; se trata de introducir nuevos productos en el mercado con éxito, una acción que destruye el equilibrio de este mercado y que impulsa el proceso «destrozo-desarrollo» del capitalismo.

Drucker (1985) define el emprendimiento como disciplina sistemática y profesional y visiona al emprendedor como un individuo identificador de oportunidades. Es aquel que no genera cambios, sino que explota las oportunidades que el cambio ofrece y así lo demuestra cuando afirma que *“results are gained by exploiting opportunities, not by solving problems”*. Para Drucker, el emprendedor es aquel que convierte los problemas en oportunidades.

Según Knight (1921), un emprendedor es aquel que asume riesgos y recibe beneficios en concepto del riesgo tomado. Schumpeter (1934) vio en los emprendedores la fuerza económica impulsora de una economía capitalista e hizo hincapié en su carácter innovador. McClelland (1961) describió el espíritu emprendedor como la manifestación de una fuerte necesidad de éxito. Hagen (1962) explicó que el espíritu emprendedor es un medio de obtener reconocimiento a cambio de una cierta marginación social.

Por otro lado, Lee y Peterson (2000:402) se refirieron a que «emprendimiento está generalmente definido como la creación de nuevas empresas». Para Timmons (1994:7) «es el proceso de crear o buscar una oportunidad y seguirla sin tener en cuenta los recursos de los que disponen en el momento». McDougall y Oviatt (1997:293) lo definieron como «actividades nuevas e innovadoras que tienen el objetivo de crear valor y crecer en las oportunidades de negocio». Stevenson y Jarillo (1990:23) definen el emprendimiento como «el

proceso por el cual individuos –tanto por su cuenta como dentro de una organización- siguen oportunidades».

Tabla 1. Cuadro resumen de las definiciones de emprendimiento

Autor/es	Año	Definición
Say	1803	El emprendedor capitalista. Creador de valor. Un emprendedor es un líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos y con habilidades para movilizar recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad; es un innovador, un agente de cambio.
Knight	1921	Un emprendedor es aquel que asume riesgos y recibe beneficios en concepto del riesgo tomado.
Schumpeter	1934	El emprendimiento impulsa el proceso destrozo-desarrollo del capitalismo. La innovación propicia la destrucción creativa : la generación de productos o servicios innovadores destruye los que estaban previamente en el mercado.
Cantillon	1955	El emprendimiento implica trabajar con riesgo. El emprendedor obtiene ingresos bajo incertidumbre.
Drucker	1985	El emprendimiento es una disciplina sistemática y profesional y el emprendedor es un individuo identificador de oportunidades. El emprendedor es aquel que convierte los problemas en oportunidades.
Stevenson y Jarillo	1990	Es el proceso por el cual individuos –tanto por su cuenta como dentro de una organización- siguen oportunidades.
VanderWerf y Brush	1994	El emprendimiento ha sido delimitado como una actividad de negocios (<i>business activity</i>) consistente en la intersección de los siguientes comportamientos: la creación de empresas, la administración de un negocio, la innovación, la asunción de riesgos y la intención de desarrollo empresarial.
Timmons	1994	Emprender es el proceso de crear o buscar una oportunidad y seguirla sin tener en cuenta los recursos de los que disponen en el momento.
McDougall y Oviatt	1997	Emprender son actividades nuevas e innovadoras que tienen el objetivo de crear valor y crecer en las oportunidades de negocio.
Dees	1998	El emprendedor no solo cuenta con cierto capital sino que además traspasa recursos económicos de un área de baja productividad a una de alta productividad y, por lo tanto, de mayor rendimiento.
Veciana	1999	El emprendimiento abarcaría tanto las características del empresario como el proceso emprendedor donde se identifica y evalúa las oportunidades de negocio.
Lee y Peterson	2000	El emprendimiento está generalmente definido como la creación de nuevas empresas.
Minniti	2012	La voluntad de un individuo de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa.

Fuente: Elaboración propia

La tabla que acabamos de mostrar recoge, a modo de resumen, las principales definiciones de emprendimiento presentadas. De entre estos autores,

algunos coinciden en definir el emprendimiento como la *toma de riesgo*, y la *búsqueda de oportunidad*. Tras este estudio observamos que el emprendimiento atraviesa distintas unidades cruciales de análisis. En un primer nivel implica las decisiones y las acciones de individuos. Estos individuos pueden actuar aisladamente o dentro del contexto de un grupo. En otro nivel, el emprendimiento envuelve unidades de análisis a nivel de la industria, así como también a nivel espacial, como las ciudades, las regiones y los países (Wennekers, Thurik, 1990; Acs, 1999; Audrestch, 2002).

En este sentido, Veciana (1999) clasifica el emprendimiento en distintos enfoques desde los ámbitos económico, psicológico, sociocultural y gerencial con tres niveles de análisis: micro, meso y macro. Estos tres niveles también los acuña Guzmán (2006) y los ilustra en una tabla que mostramos a continuación:

Tabla 2. Niveles de análisis del emprendimiento.

Nivel de análisis	Interés predominante
Micro	Individuo
Meso	Empresa
Macro	Economía

Fuente: Guzmán, F., 2006.

El nivel micro se centra en el proceso de decisión de las personas físicas y los motivos para convertirse en autoempleado, efectuando investigaciones sobre los factores personales, los rasgos psicológicos, la educación formal y otras habilidades, sus recursos financieros o la experiencia de trabajo previo. En este nivel se desarrolla la teoría del beneficio empresarial (Cantillon, 1975; Weber, 1979), la teoría del riesgo (Knight, 1921) o las distintas teorías psicológicas acerca de la optimización del comportamiento empresarial.

Los estudios en el nivel meso prestan atención a menudo a los factores determinantes específicos del espíritu empresarial, como las oportunidades de beneficios o las oportunidades de entrada y salida en los mercados. Este nivel engloba, entre otras, la teoría de los costes de transacción (Williamson, 1981), la teoría de redes de emprendimiento (Birley, 1985; Aldrich y Zimmer, 1986;

Johannisson, 1988), la teoría de los recursos humanos (Argyris, 1976), las teorías del desarrollo organizacional (Argyris, 1976), etc.

Finalmente, frente al interés personal o empresarial, la perspectiva macro se centra en el beneficio del conjunto del sistema económico que engloba las variables culturales, la regulación del gobierno, la estructura del tejido empresarial, así como otras cuestiones territoriales. Este nivel aboga por la teoría del desarrollo económico de Schumpeter (1934), teoría del empresario de Kirzner (1998) y teoría del cambio social de Hagen (1962), entre otras. La tabla 3 que mostramos a continuación, recoge todos estos enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas:

Tabla 3. Enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas

ENFOQUE / NIVEL DE ANÁLISIS	ENFOQUE ECONÓMICO	ENFOQUE PSICOLÓGICO	ENFOQUE SOCIOCULTURAL O INSTITUCIONAL	ENFOQUE GERENCIAL
MICRO (Nivel individual)	<ul style="list-style-type: none"> La función empresarial como cuarto factor de la producción Teoría del beneficio del empresario 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría de los rasgos de la personalidad Teoría psicodinámica de la personalidad del empresario 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría de la marginación Teoría del rol Teoría de redes 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría de la eficiencia-X de Leibenstein Teoría del comportamiento del empresario Modelos del proceso de la creación de empresas
MESO (Nivel de empresa)	<ul style="list-style-type: none"> Teoría de los costes de transacción 		<ul style="list-style-type: none"> Teoría de redes Teoría de la incubadora Teoría evolucionista 	<ul style="list-style-type: none"> Modelos del éxito de la empresa Modelos de "corporate entrepreneurship" (Identificación de n.o. y desarrollo de n.p.)
MACRO (Nivel global de la economía)	<ul style="list-style-type: none"> Teoría del desarrollo económico de Schumpeter 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría del empresario de Kirzner (alerta) 	<ul style="list-style-type: none"> Teoría del desarrollo económico de Weber Teoría del cambio social Teoría de la ecología poblacional Teoría institucional (influencia del entorno) 	

Fuente: Veciana, 1999.

Tras esta clasificación observamos que diversas son las teorías que se han generado en los distintos enfoques y niveles. De entre estas teorías, aquellas que se enmarcan en los tres primeros enfoques (económicos, psicológicos y sociocultural/institucional) pretenden explicar el porqué de la creación de empresas, mientras que el cuarto enfoque (gerencial) pretende generar conocimientos que sean útiles para la práctica de la creación de empresas. Este último es sin lugar a dudas, el enfoque que se ajusta al objetivo de esta tesis doctoral que es dar a conocer los factores que influyen en la supervivencia de las empresas de traducción e interpretación, es decir generar conocimientos que contribuyan a la práctica de la creación de empresas. Por otro lado, pensamos que de entre los tres enfoques, el micro recogería el perfil de los emprendedores que evaluamos en esta tesis doctoral pues centra su atención en los motivos y factores de las empresas como son la educación formal, los recursos financieros o la experiencia de trabajo previo.

IV.3. El emprendedor ¿nace o se hace?

La literatura sobre emprendimiento registra muchos debates acerca de los atributos personales que componen a un emprendedor. Muchos estudiosos han planteado esta misma pregunta que nosotros formulamos: ¿el emprendedor nace o se hace? y de aquí han emergido distintos puntos de vista. Por una parte, algunos estudios afirman que el emprendedor nace, no se hace. Wagner (2006) expresa la opinión de que la personalidad es clave para convertirse en emprendedor de éxito; y afirma que un empresario de éxito comparte algunos rasgos de personalidad comunes como son los indicadores de éxito predominantes, por encima de la educación, lazos familiares o incluso las habilidades o experiencia.

Por otro lado Shane (2010) cree que el éxito empresarial puede atribuirse tanto a los que nacen como a los que se hacen emprendedores. Aunque como dato interesante, Shane también añade en su libro *"Born Entrepreneurs, Born Leaders"* que numerosas investigaciones revelan que el proceso de iniciar un negocio, empieza con el factor genético de identificación de la oportunidad de negocio, puesto que esta actividad es principalmente cognitiva y además, depende en gran medida de la forma de pensar de las personas.

Un reciente estudio de Carter et al. (2003) comparó a los emprendedores con los no-emprendedores en base a seis características:

1. La innovación, la intención del individuo para lograr algo nuevo.
2. La independencia, el deseo de la libertad, control y flexibilidad.
3. El reconocimiento, la búsqueda del status, aprobación del respeto, y el reconocimiento de los otros.
4. Los roles, el deseo por seguir las tradiciones familiares o los ejemplos de otros.
5. El éxito económico, el deseo de ganar más dinero y lograr éxito económico.
6. La realización personal, el deseo de perseguir los objetivos personales.

Los resultados de este estudio muestran que los emprendedores por naturaleza y los no-emprendedores comparten cuatro de estas características (innovación, éxito económico, independencia y auto-realización). Sin embargo, los emprendedores innatos, a diferencia de los no-emprendedores, emprenden hacia la creación de un nuevo negocio sin tener en cuenta el factor éxito o fracaso (Gartner et al., 2003).

Timmons y Spinelli (1994:249) tratan estos aspectos en su libro *New Venture Creation* y respecto al debate en torno a «los emprendedores nacen, no se hacen» argumentan que «un *entrepreneur* puede tener cierta inteligencia innata, pero convertirse en tal sucede por acumulación de habilidades, *know how*, experiencia y contactos por un período superior a diez años». En definitiva, muchos emprendedores nacen con habilidades que les conducen a emprender pero, como estos autores afirman, el emprendedor puede aprender a serlo a través de factores como la experiencia, la educación y el entorno.

De estas dos vertientes podemos extraer que ser emprendedor puede llevarse de forma innata como factor de personalidad o bien puede adquirirse a través de la formación, de la experiencia o los antecedentes empresariales. Luego, siguiendo la línea de Timmons y Spinelli (1994) podemos afirmar que no es necesario nacer emprendedor para tener éxito en un negocio, aunque en ocasiones pueda ser una condición determinante. El éxito dependerá de otros factores como la oportunidad, las habilidades, la iniciativa etc., algunos de las cuales se pueden aprender (Krueger, 1993; Li, 2006).

IV.4. Emprendimiento por oportunidad o por necesidad

La literatura sobre emprendimiento también aborda extensamente la cuestión sobre las intenciones hacia el emprendimiento. Si antes comentábamos que los atributos personales son los que definen a un emprendedor, ahora nos centramos en la intención o motivación de los emprendedores.

La creación de empresas y otros comportamientos emprendedores pueden ser el resultado de una gran diversidad de motivaciones (Bhola et al., 2006; Hechavarría y Reynolds, 2009; Kirkwook, 2009). En este sentido, diversos investigadores del emprendimiento han recogido esa variedad de motivos y los han clasificado en dos grandes grupos siguiendo los planteamientos de la teoría “*push-pull*” (empuje-atracción) (Oxenfeldt, 1943; Johnson y Darnell, 1976) o los más actuales conceptos de motivación por necesidad y motivación por oportunidad desarrollados por el GEM. Precisamente, hoy en día, la capacidad para reunir de una manera sencilla y coherente los diversos perfiles de los empresarios y el uso sistemático en los informes del GEM han contribuido a la popularidad de los conceptos de emprendimiento por oportunidad y necesidad que se asimila con la terminología *push-pull* antes mencionada (Acs et al., 2007; Hessels et al., 2008; Gutoo y Williams, 2009).

La teoría *push-pull* de Massey et al. (1998) se basa en una serie de elementos asociados tanto al lugar de origen como al lugar de destino. En principio existen una serie de factores que empujan (*push*) a abandonarlo al compararlo con las condiciones más ventajosas que existen en otros lugares, las que ejercen una fuerza de atracción (*pull*), generándose de esta manera, una dinámica de expulsión (*push*) y atracción (*pull*). Entre los factores *de expulsión* se encuentran: una elevada presión demográfica, bajos salarios, bajos niveles de vida, falta de libertades políticas, represión, etc. Por el contrario, factores de atracción, serían los contrarios, es decir, la aparición de nuevas oportunidades en el mercado, ya sea de productos, servicios o procesos de producción.

El modelo emprendedor que desarrolla el GEM sigue esta misma línea: motivación emprendedora por necesidad y motivación por oportunidad, para la que todos los empresarios actúan con base a dos situaciones puntuales: bien son individuos que desean escapar de una situación de desempleo (motivo necesidad),

bien son individuos que han considerado la existencia de oportunidades sin explotar en los mercados (motivo oportunidad). Aunque esto no quita la posibilidad de que una misma persona manifieste ambas motivaciones cuando decide poner en marcha un nuevo negocio (Solymossy, 1997; Block y Sandner, 2009). El estudio realizado por Solymossy (1997) pone de manifiesto las intenciones de emprendedores húngaros de mediana edad quienes eligen como el principal factor motivacional para emprender la necesidad económica (40% de los encuestados). No obstante, en un segundo plano le siguen los factores de logro e independencia (*pull*), y manifiestan por lo tanto ambas motivaciones de *push-pull*.

Ahora bien, aunque la motivación *push* (empuje) es generalmente el resultado de una situación de desempleo, existen otros factores que pueden empujar a los individuos a emprender. En este sentido, Evans y Leighon (1989) observan que las personas que han cambiado de trabajo con frecuencia y que tienen empleos precarios o de bajos salarios también son “empujados” a convertirse en trabajadores por cuenta propia. Del mismo modo, Burke (1997) considera que la ausencia de perspectivas profesionales es la principal motivación detrás del deseo de creación de un producto o un servicio. Para Brockhaus (1980), la falta de satisfacción en el trabajo actual es un factor decisivo para llevar a las personas a iniciar una actividad empresarial. Finalmente, Sarasvathy (2004), sostiene que existen diferentes tipos de empresarios por necesidad, incluyendo, por ejemplo, las personas que han sido despedidas de sus puestos de trabajo y las personas que sufren la marginación social porque carecen de estudios, cuentan con antecedentes penales o son inmigrantes.

Por tanto, la falta de ofertas de empleo, la insatisfacción con su empleo actual, las aspiraciones laborales frustradas, la flexibilidad para manejar obligaciones familiares, el subempleo, los ingresos insuficientes, la falta de estabilidad laboral e incluso la marginación social pueden ser considerados factores de empuje o necesidad hacia los comportamientos emprendedores (Kourilsky y Walstad, 1998; Kyro, 2001; Villanueva y Pavone, 2006; Manolova, et. al., 2007; Scheiner et al., 2009). En la historia de la humanidad siempre ha existido el factor de la necesidad que, en definitiva, es una de las razones por las que algunas personas inician sus

propios negocios ya que otras opciones son insatisfactorias o inexistentes (Hisrich y Ozturk, 1999; Chang y Foster, 2001).

Pero la actividad emprendedora no sólo se apoya en la necesidad y/o oportunidad, sino también en un tercer vértice que son las relaciones sociales o lo que Carter et al. (2003) denominan, el reconocimiento social. La actividad de emprender está inmersa en redes de continuas relaciones sociales, cuya dimensión nos ayuda a comprender cómo los emprendedores apalancan los recursos humanos, financieros y tecnológicos (Carrasco y Castaño, 2008). Cuanto más amplia y diversa sea dicha red, más fácil será para el emprendedor el acceso a oportunidades, la posibilidad de solventar problemas eficazmente y la probabilidad de éxito empresarial. En este sentido, la autorrealización, el reconocimiento social, alcanzar un determinado status social, el aumento de ingresos o del bienestar social, así como el deseo de continuar con la tradición familiar han sido también considerados elementos motivaciones de oportunidad o factores de arrastre (*pull*). No obstante, diversos estudios apuntan al deseo de autonomía e independencia como uno de los factores de atracción fundamentales para explicar la creación de empresas (Santos, 2001).

En este respecto Chu y Siu (1993) afirman que el trabajo por cuenta propia realizado desde casa ha ampliado las oportunidades para que hombres y especialmente mujeres, puedan trabajar. Desde el punto de vista del género femenino, para la mujer la creación de empresas puede ser una forma de hacer frente al desempleo y, en algunos países, una forma de salir de la pobreza (Dhaliwall, 1998). Las mujeres suelen referirse a la necesidad familiar como factor que les empuja a empezar un negocio (Sullivan *et al.*, 1997), mientras que los hombres citan razones económicas (Buttner y Moore, 1997).

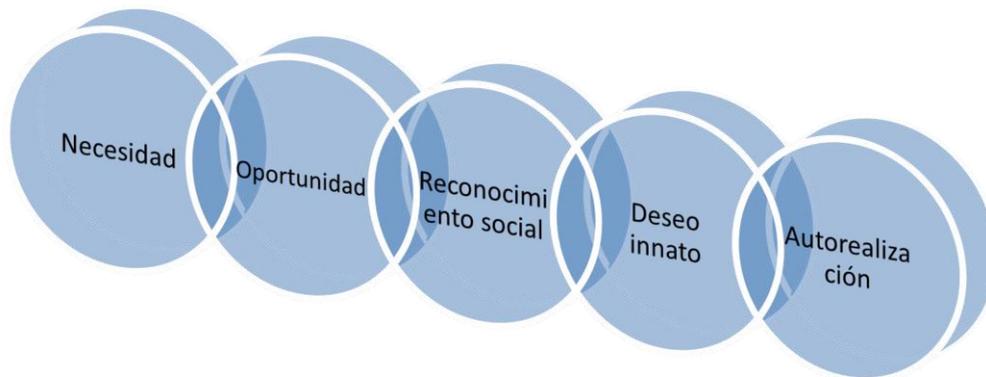
Desde el punto de vista del proceso emprendedor distinguimos dos grupos de personas emprendedoras: las que se han involucrado en el proceso emprendedor por necesidad y las que lo han hecho por oportunidad (proyecto GEM 2013). Esta distinción es necesaria puesto que no todas las iniciativas emprendedoras contribuyen de la misma manera al crecimiento económico (Audrestch y Thurik, 2000). Si tomamos por ejemplo la situación actual, vemos como en los últimos años ha aumentado la tasa de emprendedores por necesidad y

esto se debe a que en el mercado existen pocas oportunidades de trabajo remunerado (OCDE, 2001). Por lo que un emprendedor por necesidad es aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral; mientras que el emprendedor por oportunidad es aquel que decide crear una empresa bajo la percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada –o aprovechada de forma incompleta.

En las últimas décadas han nacido emprendedores exitosos que surgen de la necesidad combinado con una disposición para emprender, como es el caso de los gigantes Apple, Youtube o Mattel cuyos fundadores empezaron en los famosos garajes estadounidenses. No obstante, muchos de estos líderes de los mercados internacionales son emprendedores innatos, como es el caso de Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple), Fred Smith (Fedex) o Howard Schultz (Starbucks) empresarios que conforman el top ranking de las listas de emprendedores (Díaz, 2012).

Países que lideran las listas de emprendedores como China, Estados Unidos, Japón e incluso Chile o Brasil destacan por la existencia de oportunidades mientras que en países en vías de desarrollo la motivación subyacente del emprendedor no es la oportunidad sino la necesidad. Así lo demuestra el resultado de las encuestas realizadas a individuos de diferentes países sobre su motivación para innovar, llevada a cabo por el proyecto GEM 2003. Dicho estudio afirma que en países como Uganda, Venezuela o Argentina la motivación que empuja a los individuos para emprender es la necesidad.

En definitiva, las intenciones o motivaciones de los emprendedores pueden ser distintas e incluso, como hemos visto, pueden complementarse. Ahora, se espera que un emprendedor sea un individuo con características que le empujen hacia el éxito, que sea propenso a tomar riesgos, que tenga tolerancia a la ambigüedad, que sea independiente, tenaz y buen motivador. También se les atribuye versatilidad, ser persuasivos, creatividad, organización, capacidad de trabajo y ser muy competitivos.

Tabla 4. Intenciones o motivaciones del emprendedor

Fuente: Elaboración propia

IV.5. Proceso de creación de un negocio

Hasta ahora, hemos comentado algunos aspectos del individuo que decide emprender, estos son, los atributos de personalidad y de intención de los emprendedores. Pero la literatura también centra su atención en aspectos del proceso de emprender, así como de los pasos, elementos o factores que conforman el mismo proceso.

El campo de la creación de empresas pasa de concentrarse en el individuo a fijarse más en el proceso empresarial, en sus actividades, funciones y acciones asociadas con la localización de oportunidades y en la creación de nuevas organizaciones que persigan dichas oportunidades (Busenitz *et al.*, 2003). En el proceso de adaptar a los individuos al proceso empresarial, encontramos tres aspectos fundamentales: la naturaleza de las oportunidades empresariales (Shane y Venkataraman, 2000), la naturaleza de los empresarios como individuos (McClelland, 1961; Busenitz *et al.*, 2003), y la naturaleza del contexto en el que los empresarios toman decisiones (Aldrich, 2000).

En esta línea, Gartner (1990) centra su atención en lo que el empresario hace, en lugar de en quién es el empresario, pero coloca al empresario dentro del proceso de la creación de una nueva empresa, o lo que es lo mismo: la identificación y evaluación de oportunidades; la decisión de explotárlas por uno mismo o venderlas; los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de la

estrategia; y la organización del nuevo proyecto empresarial (Eckhardt y Shane, 2003).

Timmons (2003) recoge los elementos del proceso emprendedor y los divide en tres grupos. El primer paso es el reconocimiento de la oportunidad que debe ir ligado al tamaño y al alcance del proyecto; el segundo paso es dotar al empresario de los conocimientos y habilidades necesarias para llevar a cabo el proyecto empresarial; y el último paso es dotar al empresario de los recursos económicos, humano y materiales suficientes para el desarrollo empresarial. La tabla que ilustramos recoge estos elementos:

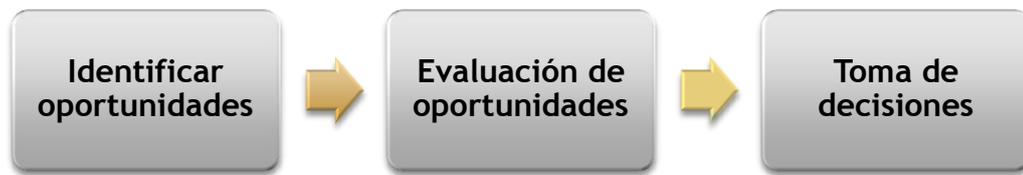
Tabla 5. Elementos del proceso emprendedor

La Oportunidad	El Empresario	Los recursos
<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño • Alcance 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos • Habilidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Monetarios • Humanos • Materiales

Fuente: Timmons, 2003

Brush et al.(2003) consideraron la creación de empresas como una serie de círculos, siendo el proceso empresarial el círculo más céntrico. El proceso está asociado al reconocimiento de oportunidades, su exploración y su explotación. A los emprendedores se les supone que desarrollan unas etapas o fases⁶¹ antes de lanzar una propuesta: previsión, visión, elaboración, y decisión. Antes de iniciar un negocio, el individuo vive un proceso creativo que está influenciado por fuerzas sociales, personales y tecnológicas. Las primeras etapas (previsión y visión) se pueden considerar reconocimiento de oportunidades. La oportunidad que se ha reconocido se somete a un proceso de elaboración (Veciana, 1996). Esta idea se evalúa considerando la exigencia económica, los beneficios previstos y el deseo personal. Basándose en la elaboración, el emprendedor toma la decisión sobre la nueva aventura. Si utilizásemos la idea de las etapas con el concepto de creación de empresas, el proceso de iniciación del negocio se consideraría como el reconocimiento de oportunidades mediante la evaluación y la toma de decisiones. La tabla 5 muestra los tres pasos que según Veciana (1996) debe seguir un emprendedor antes de iniciar su negocio.

⁶¹Adaptado de Veciana (1996).

Tabla 6. Proceso de creación de un negocio.

Fuente: Veciana (1996).

La decisión final de crear una empresa es el resultado de un previo proceso donde se valoran dos tipos de decisiones: la decisión de cambiar de camino de vida y la decisión de iniciar una nueva empresa (Shapero, 1984). La decisión de cambiar de camino de vida es el resultado de un cambio personal generado por una clase de «suceso disparador», el cual puede ser negativo (pérdida de empleo, inmigración, sentimiento de frustración en el trabajo actual, etc.) o positivo (detección de una oportunidad de negocio atractiva) (Veciana, 1988). La decisión de crear una empresa, por su parte, depende de la percepción de viabilidad y de la deseabilidad de crear una empresa como camino de vida.

El proceso de reconocimiento de una oportunidad se fija en cómo la idea se crea y se comunica, indicando que el emprendedor se concentra tanto en el descubrimiento de una oportunidad como en nuevas interpretaciones de ideas ya existentes (Veciana, 1988). La percepción de viabilidad está relacionada con la existencia de condiciones favorables para la iniciación de un proyecto empresarial y con el grado en que una persona percibe si posee la habilidad para crear una empresa, definida ésta como la suma de capacidades técnicas y de negocios (administrativas) requeridas para iniciar y administrar un negocio (Gnywally y Fogel, 1994). Esta percepción está estrechamente relacionada con la percepción de «autoeficacia», es decir, la percepción de poseer la habilidad para realizar un trabajo específico o realizar algunas tareas en particular (Bandura, 1986; Krueger y Brazeal, 1994; Krueger, 2002). La autoeficacia no solo incide en la decisión de crear una empresa, sino que también puede ser determinante en el éxito o fracaso de la nueva organización (Bird, 1988) ya que, por ejemplo, un exceso de autoeficacia puede conllevar a una toma de decisiones equivocadas durante el proceso de creación y posterior desarrollo de la organización.

La percepción de deseabilidad, por su parte, hace referencia a lo “atractivo” que sea la creación de una empresa como camino de vida y es consecuencia de nuestra posición en un contexto cultural, socioeconómico, familiar, educativo y personal determinados (Shapiro, 1984). De esta forma, el contexto que nos rodea constituye un elemento crucial que influirá en la percepción que tiene un individuo sobre si es deseable o no llegar a ser empresario.

La «predisposición a actuar» es otro elemento indispensable del proceso de decisión de crear una empresa, puesto que si un individuo no está predispuesto difícilmente se decidirá a actuar (Shapiro, 1984). La predisposición a actuar se encuentra relacionada con las características psicológicas y de comportamiento de los emprendedores. El enfoque psicológico de rasgos de personalidad señala que ciertos rasgos como una alta necesidad de logro (McClelland y Winter, 1969), capacidad para innovar (Schumpeter, 1934), locus de control interno⁶² (Shapiro, 1982) y propensión para tomar riesgos (Brockhaus y Horwitz, 1986) son comunes dentro de los emprendedores; no obstante, es importante aclarar que estas características también se han encontrado en individuos no emprendedores, por cuanto no pueden considerarse una característica exclusiva de los emprendedores (Gartner, 1985).

Como vemos, diversos son los factores que incurren en el proceso emprendedor y que por lo tanto afectan al proceso de decisión de creación de un negocio. El proyecto GEM incluye anualmente en su informe anual variables de la población adulta que afectan al proceso emprendedor entre los que destacamos principalmente la percepción de la oportunidad, la relación con otros emprendedores, la habilidad de crear una empresa, el nivel educativo y el desempleo.

¿Por qué algunos intentan convertir sus ideas y sus sueños en negocios reales, mientras que otros no? Hay que prestar atención a cómo el empresario decide cada acción y de cómo se puede mejorar la toma de decisiones (Petkova, 2009; Pyromalis y Vozikis, 2009; Sonfield y Lussier, 2009; Tang et al., 2009; Mathew, 2010; Seborá y Theerapatvong, 2010; Tolstoy, 2010). Tomando al empresario como la persona que toma las decisiones, la pregunta es, ¿cómo elige el

⁶² La percepción de que los eventos ocurren principalmente como efecto de sus propias acciones (Domingo, 2014).

empresario entre todas las opciones disponibles?. Aunque el reconocimiento de oportunidades es importante para la creación de empresas, no es suficiente, únicamente por sí mismo. Algunos no tienen problemas para generar ideas, su evaluación es la clave para saber distinguir una idea de una oportunidad (Hills *et al.*, 1997).

IV.6. La Innovación en el contexto emprendedor

«¿Qué sería de la vida si no tuviéramos el valor de intentar cosas nuevas?»

Vicent Van Gogh

En este apartado queremos argumentar la relación existente entre el emprendimiento y la innovación partiendo de la base de que en muchas ocasiones tanto emprender como innovar implica crear o explotar un producto o un servicio nuevo, es decir, implica poner en práctica la creatividad y la innovación. Como veremos a continuación, tanto emprender como innovar son dos áreas estrechamente relacionadas, que comparten no solo la multidisciplinariedad sino conceptos y características; son dos conceptos que en muchas ocasiones pueden verse como las dos caras de la moneda, es por ello, que vemos necesarios estudiar esta relación existente y aclarar, además, algunos conceptos.

Antes de continuar cabe hacer mención al papel de la tecnología en el sector empresarial. Y es que la tecnología se ha apoderado prácticamente de todos los sectores del mercado: salud, educación, alimentación, artes gráficas, por mencionar algunos. Un alto porcentaje de los sectores de la sociedad están gestionados mediante el uso de la tecnología. El esfuerzo por encontrar y fomentar el uso de nuevas tecnologías e incluso por mejorar las existentes, es inmenso (Escorsa y Valls, 1997). La tecnología está estrechamente ligada a la innovación, y como hemos expuesto en el apartado anterior, tanto las empresas como los emprendedores autónomos fomentan especialmente la innovación. Por ello observamos que, empresa, tecnología e innovación son tres sectores estrechamente ligados que dependen unos de otros. Las empresas utilizan la tecnología para encontrar ideas y/o recursos que les ayuden a desarrollar nuevos productos, o lo que es lo mismo, para reinventarse; son los individuos, primero y, las empresas, en segundo lugar, los agentes del cambio, los que innovan. La OCDE (2006: 33) afirma en su Manual de Oslo que «las innovaciones tecnológicas hacen

referencia tanto a los productos como a los procesos así como a las modificaciones tecnológicas que se llevan a término en ellos. No se consideran innovaciones hasta que se ha introducido el producto en el mercado (innovación de producto) o hasta que se ha utilizado en un proceso de producción (innovación de proceso)».

IV.6.1. Definición de innovación

Pero, ¿qué es exactamente la innovación? Crumpton (2012) la define como la creación de procesos y servicios mejores, más efectivos y más eficientes, o bien la generación de ideas que alimentan la creatividad. Esto va acompañado del deseo de someter al cambio métodos o técnicas existentes para ganar beneficios en forma de mayor eficiencia. Por ejemplo, las bibliotecas han empezado a ver la importancia de una cultura que apoye la innovación, de forma que están empezando a adaptar sus servicios a los del consumidor, creando por ejemplo, bibliotecas virtuales que incluyen un amplio espectro de catálogos bibliográficos accesibles a los usuarios de las bibliotecas.

Schumpeter (1935) define innovación como la introducción en el mercado de un nuevo bien o una nueva clase de bienes. En un trabajo posterior, Schumpeter (1942) aporta otra definición que rompe con la anterior y en la que menciona al emprendedor como un innovador; alguien que crea nuevas combinaciones de recursos para inventar nuevos productos. Esta idea, se refuerza hoy en día por distintos estudiosos pero también por parte de empresarios que abogan que la innovación es sumamente importante en las economías contemporáneas. Así, del trabajo pionero de Miller (1983) advertimos que las empresas emprendedoras son aquellas que están orientadas hacia la innovación, llevan a cabo iniciativas arriesgadas y cuentan con un comportamiento proactivo tratando de derrotar a sus competidores. Guzmán y Santos (2008), plantean que una orientación emprendedora debe contemplar a la innovación como un primer rasgo del comportamiento empresarial (Schumpeter, 1934; Carland et al., 1984; Audrestch, 1995) y que puede entenderse en sentido amplio como la creatividad.

El comportamiento emprendedor sería, siguiendo la tradición de los economistas empezando por el ya citado Schumpeter, la búsqueda del crecimiento a través de la innovación o tecnología o directiva. Así mismo, Schumpeter (1934)

creía que la innovación era la característica central del esfuerzo emprendedor. Su énfasis en este punto recae al afirmar que el comportamiento emprendedor solo existe cuando se llevan a cabo innovaciones. La innovación que llevan a cabo los emprendedores produce en el mercado la destrucción creativa, por lo que las empresas que no adoptan las nuevas tecnologías desaparecen (Soriano y Huarng, 2013). De alguna manera, toda innovación rompe con las formas establecidas de hacer las cosas, con la rutina. En la teoría de Schumpeter la innovación se presenta como una fuerza desequilibrante una teoría que sigue ejerciendo influencia en el desarrollo empresarial actual (Hagedoorn, 2006) pues la introducción de nuevos productos y procesos juega un papel importante para la reforma competitiva de los mercados nacionales como internacionales.

Si analizamos la definición de emprendimiento propuesta por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE (1998) los emprendedores son *«agentes de cambio y crecimiento en la economía de mercado y pueden actuar para acelerar la generación, diseminación y aplicación de ideas innovadoras»*. La orientación hacia la innovación refleja la capacidad de una empresa para involucrarse en la generación de nuevas ideas, experimentación y procesos creativos que pueden dar como resultado nuevos productos, procesos o métodos de gestión. Esta visión se basa en el desarrollo de la teoría de Schumpeter (1934), quien afirma que el desarrollo consiste en el empleo distinto de los recursos existentes. Las combinaciones novedosas de medios productivos daban como resultado sus conocidas innovaciones que adoptaban la forma de un nuevo producto, un proceso productivo distinto, la penetración en un mercado nuevo, el acceso a nuevas fuentes de materias primas o la generación de un nuevo tipo de organización industrial. En este contexto, es donde se inserta su empresario innovador puesto que para movilizar los nuevos recursos era necesario empresarios innovadores, personas poseedoras de un talento organizativo y creador, así como de la motivación para ponerlos en marcha (Hessels et al, 2008; Ahlin et al., 2014).

Todo indica a que el comportamiento emprendedor sigue generalmente las vías de la innovación. Drucker (1985) afirma que es la herramienta para el emprendimiento, o lo que es lo mismo, la innovación es un instrumento específico

del emprendimiento. A su vez también podemos decir que es la función específica del emprendimiento, tanto si se trata de un negocio existente, una institución de servicio público, como de una nueva empresa iniciada por cuenta propia en la cocina de una casa. Es el medio a través del cual el emprendedor utiliza nuevos recursos que producen riqueza o bien dota a los recursos existentes de un mayor potencial para la creación de riqueza (Drucker, 1985).

Algunos investigadores utilizan el término emprendimiento para hacer alusión a las pequeñas empresas; otros, a todas las empresas de nueva creación o start-up. En la práctica, sin embargo, un gran número de empresas ya establecidas se embarcan a emprender y además, obtienen resultados muy satisfactorios (Morris y Paul, 1987). El término, por lo tanto, no hace referencia al tamaño o la antigüedad de la empresa sino a un cierto tipo de actividad. En el centro de esta actividad está la innovación: el esfuerzo por el cambio intencionado en la economía de una empresa o en su potencial social (Drucker, 1985). Así pues, emprendimiento e innovación pueden verse como las dos caras de la moneda.

Y es que la innovación contribuye a crear una economía fuerte de varias maneras: en primer lugar, la innovación contribuye a la creación de trabajo y los resultantes ingresos personales de los trabajadores contribuyen a impulsar el crecimiento económico cuando estos compran productos y pagan impuestos (Hausman y Johnston, 2014). Los productos y servicios innovadores mejoran la calidad de vida pues crean nuevas herramientas para detectar y defender a los ciudadanos, aportan nuevos medios para diagnosticar y tratar enfermedades e incluso crean productos cotidianos que facilitan la vida y la hacen más placentera (Augustine, 2006). Destacan por situarse en los primeros puestos del ranking internacional de empresas innovadoras las norteamericanas, Salesforce, Alexion Pharmaceuticals y Monster Beverage; en Europa, ARM Holdings, Hermés International y Coloplast; y en España, Grifols e Inditex por seguidamente liderar los mercados capitalistas e invertir altas cantidades de sus presupuestos en innovación (Forbes, 2014). En definitiva, como afirman Tellis et al (2008) la innovación estimula el consumo y garantiza beneficios innovadores a las empresas:

'Innovation is critically important in contemporary economies. A key driver of the improvement in consumer's living standards is the growth and success of firms, and the

wealth of nations. Investment on research and development (R&D) is essential for firms and nations to produce innovations and compete for the future'.

Como afirman Tellis et al. (2008) el crecimiento y el éxito de las empresas son un motor clave para la mejora del nivel de vida de los ciudadanos. A través de la inversión en investigación y desarrollo (I+D), por ejemplo, las empresas y países producen innovación y se desarrollan (Tellis et al., 2008). Empresas punteras en innovación son, entre otras, las empresas de base tecnológica (EBT) del sector de la biotecnología, la sanidad y las telecomunicaciones, muchas de ellas ubicadas en parques tecnológicos.

Los emprendedores son participantes de especial importancia en la innovación; ya que ayudan a convertir las ideas en aplicaciones prácticas. En Estados Unidos, en el 2007, las empresas que tenían menos de cinco años representaban casi dos terceras partes de los nuevos trabajos netos (Tellis et al., 2008). La creación exitosa de empresas a menudo llega con la práctica; de ahí la importancia de la experimentación, la entrada y la salida del mercado, una idea que está ya muy arraigada en este país.

Thompson (2009) se inclina por la necesidad de encontrar personas con capacidades emprendedoras más que centrarse en la búsqueda de grandes ideas. Para Thomson, el éxito reside en el potencial de las personas, de los emprendedores, y va más allá cuando afirma que habrían muchas más personas innovadoras y emprendedoras si recibieran, el apoyo adecuado en forma de financiación o formación, entre otras cosas. Para perseguir la innovación, necesitamos, primero, fijar nuestra mirada en los emprendedores que nos rodean; en sus logros y su éxito en los negocios, en las artes y entretenimiento, en la ingeniería y arquitectura, etc. Se trata de creer en la acción individual, de explotar los talentos que nos rodean, de observar y aprender al máximo de esos talentos.

IV.6.2. Tipos de innovación

Dado el amplio alcance del término innovación y su gran influencia en el mercado, vemos necesario clasificar brevemente este término. Los tipos de innovación varían en función del producto, el servicio o el proceso. Cualquier cambio podría ser innovación: el desarrollo de un nuevo fármaco, una pequeña

modificación en el envase de un producto e incluso ofrecer un nuevo servicio para satisfacer a los clientes; valoramos tanto las innovaciones más trascendentales como las más insignificantes (Escorsa y Valls, 1997) y para estos cambios existen distintas propuestas.

Pascale (2005) distingue entre tres tipos de innovación según su naturaleza: 1) la innovación tecnológica que se refiere a la utilización de una tecnología para introducir el cambio y que suele estar directamente relacionado con los medios de producción, o con la creación de un producto nuevo; 2) la innovación comercial que aparece cuando se produce un cambio en cualquiera de las diferentes variables de marketing y que se refiere a modificaciones en la política comunicativa o en la estrategia a la hora de cómo se lanza un producto al mercado; y 3) la innovación organizativa, que se refiere a los cambios en la organización y dirección de la actividad productiva, y que supone un mayor acceso al conocimiento y un mayor aprovechamiento de los recursos.

Por otra parte, este mismo autor clasifica la innovación según la finalidad y distingue entre: 1) la innovación económica o empresarial que se refiere a todas aquellas innovaciones cuya finalidad es la de adquirir una ventaja competitiva dentro de un mercado, ya sea con la creación o mejora de un producto, una mejora de la eficiencia en los procesos, o un cambio en la política de marketing y que están orientadas a crear ventajas en el mercado, o incluso, crear otros nuevos; y 2) la innovación social, que son todas aquellas innovaciones que se dirigen a solucionar problemas sociales, especialmente aquellos donde no actúa el mercado, y que tratan de crear nuevas prácticas sociales en áreas muy diferentes, referido especialmente a nuevas formas de comunicación, cooperación y organización.

Freeman (1994) y Escorsa y Valls (1997) clasifican las innovaciones según el grado de innovación y distinguen entre radicales e incrementales. Las radicales son las que implican una rotura súbita, un cambio radical respecto al estado anterior, e incrementales, las formadas por mejoras de los productos o procesos ya conocidos. Las innovaciones radicales producen mejoras significativas, y tienen su origen en el progreso de la ciencia y la tecnología *science push o technology push*; en cambio la innovación incremental se concreta, sobre todo, en la reducción de los costes y es debida a las necesidades del mercado *demand pull*.

Schumpeter (1934) clasifica cinco formas de innovación: 1) la introducción de un nuevo producto o servicio; 2) la explotación de una nueva fuente de suministro; 3) la apertura de un nuevo mercado; 4) la introducción de un nuevo método de producción; y 5) la reorganización de las actividades de un sector.

En síntesis, la innovación tiene lugar cuando las ideas sobre productos, procesos de producción, comercialización o formas de organización pasan de ser un descubrimiento a utilizarse en la realidad productiva (Freeman, 1988). La aplicación de estos productos o procesos innovadores contribuye a la creación de empresas innovadoras, y por otra parte, contribuye a la supervivencia empresarial, pues como ya indicaba Schumpeter (1934) la destrucción creativa genera nuevos productos o servicios innovadores.

Hasta aquí hemos comentado algunas definiciones y características de los emprendedores y de la creación de empresas. Hemos visto que muchas empresas de nueva creación integran, hoy más que nunca, productos o servicios innovadores con el objetivo, entre otros, de adaptarse al entorno empresarial innovador que predomina en los países desarrollados, pues el uso y aplicación de productos y servicios innovadores ha demostrado que influye positivamente en la creación y, como veremos a continuación, en la supervivencia de las empresas (Kimura y Fujii, 2003; Audretsch, 2005; Hyytinen et al, 2015). En definitiva, el entorno tecnológico en el que opera una empresa juega un papel primordial en la entrada, salida, crecimiento y supervivencia de la misma. A continuación, vamos a estudiar en qué consiste el atributo empresarial supervivencia que como veremos, reconoce, hoy más que nunca, la influencia de la innovación empresarial.

IV.7. Supervivencia de las empresas

«Ahora despierta, lucha, camina, decídete y triunfarás en la vida»
Pablo Neruda

En los apartados precedentes hemos incurrido en la importancia de que autoridades y legisladores trabajen en pro de la creación de nuevas empresas y de la reducción del desempleo, como medidas para impulsar el crecimiento económico y social. Otra cuestión que también ha cobrado relevancia en los últimos tiempos es la disolución o cierre de empresas pues, como veremos, las

cifras de cierre de nuevas empresas tras los tres primeros años de existencia son elevadas. Por ello, consideramos esencial analizar y conocer los factores que determinan la supervivencia de empresas y que contribuyen al éxito empresarial.

La literatura sobre supervivencia de empresas estudia cómo las empresas entrantes alcanzan tasas de éxito empresarial (Van de Ven et al., 1984; Van Praag, 2003). En este apartado vamos a revisar el concepto de supervivencia desde el punto de vista empresarial e individual, es decir, de los empresarios autónomos, que en su conjunto es el tema central del estudio empírico que analizamos en el siguiente capítulo. En segundo lugar revisaremos los factores que ejercen una influencia en la supervivencia de las empresas y de los empresarios autónomos del sector objeto de estudio, la traducción e interpretación, pues como veremos son la clave para determinar la productividad y evitar la salida de empresas.

Tras la creación de una empresa, el éxito de la misma se medirá en primera instancia por su duración y consolidación en el tiempo. Ortega y Moreno (2005) definen, precisamente, la supervivencia como el tiempo que pasa desde el momento que una empresa se establece en un mercado hasta la salida de la misma o bien hasta el momento en que se realiza la medición.

Como comentábamos al inicio de este apartado, entre las dificultades de las economías globales reside la creación de empleo pero además, otra dificultad es la de mantener a flote las empresas que presentan riesgo y que en los últimos años han sufrido las consecuencias de la crisis financiera mundial. Esto mismo lo afirman Brüderl y Schüssler (1990) y Van Praag (2003) cuando apuntan que las empresas de nueva creación corren el riesgo de disolverse pues según los datos de cada 100 *start-up* solo 50 sobreviven a los tres primeros años.

Estudios con evidencia empírica que han analizado la evolución de las empresas de nueva creación han demostrado que en los primeros años de su existencia el porcentaje de cierre es bastante elevado. Phillips y Kirchhoff (1989) por ejemplo, hallaron que el 76% de las nuevas empresas permanecían activas dos años después del inicio de su actividad, el 47% tras cuatro años y el 38% a los seis años. Headd (2003), concluyó que el 66% de las nuevas empresas permanecían abiertas tras dos años, el 49,6% a los cuatro años y el 39,5% tras seis años. En Francia, los datos oficiales sitúan la mortalidad de las empresas alrededor del 50%

en los primeros cinco años de existencia (Letowski, 2004). En los Estados Unidos, alrededor del 56% de las empresas de nueva creación cierran a los cuatro años (Knaup, 2005). En España, la supervivencia a los cuatro años se sitúa alrededor del 53% (Caneda y García, 2008). En definitiva, las cifras de cierre y permanencia son muy similares para todos los casos analizados por estos estudiosos en diferentes países.

Distintos autores han relacionado la supervivencia empresarial con el éxito, y muchos coinciden en que el éxito deriva de la duración del negocio. En este contexto, Van de Ven et al. (1984, 1993), Barney (1997) y Haber y Reichel (2005) consideran la supervivencia como uno de los indicadores más relevantes para determinar el éxito empresarial. Brüdel et al. (1992) y Pennings et al. (1998) definen el éxito empresarial como la duración del negocio. Un trabajo de Van Praag (2003) distingue entre disolución o salida obligatoria, y voluntaria. Teniendo en cuenta estos dos conceptos el éxito empresarial implica que cuanto más sobreviva una empresa y cuanto más evite la salida involuntaria, mayor éxito alcanzará. Por otra parte, la autora afirma que el éxito no puede medirse solamente a partir de la duración del negocio porque una parte importante de empresas que se disuelven lo hacen de forma voluntaria; para estos casos no sería un fracaso.

En este contexto, y según la clasificación de la literatura para la supervivencia de empresas, podemos distinguir dos análisis: por una parte el de la empresa y su comportamiento, y por otra parte, la supervivencia del individuo o empresario. El primero, toma como tema central la demografía empresarial, es decir los fenómenos relacionados con la entrada, la supervivencia y la salida de empresas en el mercado. En cuanto al comportamiento posterior a la entrada en el mercado encontramos dos enfoques que tratan esta cuestión: 1) *hazard function*, y 2) ley de Gibrat. El primer enfoque consiste en la estimación de la función de riesgo, un concepto que proviene de la voz inglesa *hazard function*; esta función planteada en los modelos de Cox (1972) y Jovanovic (1982) permite identificar los factores que afectan a la probabilidad de supervivencia empresarial.

El segundo enfoque se centra en el examen de la Ley del Efecto Proporcional de Gibrat (1931), sobre crecimiento de empresas. Gibrat propone que el fenómeno de la turbulencia y la estabilidad son compatibles. Este enfoque describe el

crecimiento de las empresas como proceso estocástico⁶³ originado por la acción de ciertos factores que actúan de manera proporcional sobre el tamaño de las empresas (Blázquez et al., 2006; Callejón y Ortún, 2009). La distribución altamente asimétrica observada en los tamaños de las empresas –muchas grandes y pocas pequeñas– se explica si el crecimiento de cada empresa en cada período de tiempo es proporcional a su tamaño.

Esta Ley de Gibrat gira en torno a las teorías que estiman la probabilidad de supervivencia⁶⁴ y que integran tres elementos. El primero corresponde a los modelos de selección que conciben la entrada al mercado como un mecanismo de selección que predice que el tamaño y la edad influyen sobre la probabilidad de supervivencia (Jovanovic, 1982; Hopenhayn, 1992). El segundo elemento se refiere a la distancia entre el tamaño de la empresa y el tamaño mínimo eficiente: cuanto mayor sea la distancia mayor será también la probabilidad de supervivencia. El tercer elemento se refiere al régimen tecnológico que domina en el sector y plantea que la incertidumbre tecnológica incrementa la probabilidad de salida del mercado. Agarwal (1998) analiza esta relación entre actividad tecnológica y supervivencia empresarial en las pequeñas empresas comparando el mercado de producto en que opera la empresa y las diferentes etapas del ciclo de vida del producto. La literatura que estudia esta cuestión afirma que la probabilidad de supervivencia crece con el tamaño y con la edad de las empresas, y que disminuye en entornos donde los costes hundidos y el tamaño mínimo eficiente son elevados (Varona et al, 2014).

La segunda línea de estudio, centra su análisis en la duración de la persona, es decir, en la duración del empresario y no de la empresa. En esta línea de análisis se asocia la salida del empresario con dejar el autoempleo para pasar a ser empleado (Van Praag, 2003). Lo que se analiza son, por lo tanto, los factores del empresario. Estos estudios miden el rendimiento o *performance* de la persona que se calcula a partir de las ganancias, el crecimiento o el tamaño en el transcurso de un tiempo determinado (Schiller y Crewson, 1997; Brüdel et al, 1998). Esta línea

⁶³ Los modelos estocásticos analizan la distribución por tamaños y edades de las empresas e intentan desvelar los comportamientos individuales y los condicionantes sectoriales compatibles con la distribución existente (Callejón y Ortún, 2009).

⁶⁴ La probabilidad de que una empresa sobreviva por encima de un cierto periodo se calcula a través de una función de supervivencia (Cox y Jovanovic) que en función de la metodología utilizada para el tratamiento de los datos sobre la creación y desaparición de empresas, los resultados pueden variar.

de estudio distingue además entre la salida voluntaria e involuntaria u obligatoria. La salida obligatoria es la que Van Praag (2003) considera válida para medir la tasa de éxito y por lo tanto, para analizar la supervivencia de una empresa, puesto que la salida voluntaria tras un periodo de tiempo se considera una falta de motivación, o de ganas de continuar con el negocio.

De este modo, para entender la supervivencia empresarial ya sea desde el punto de vista empresarial como el individual debemos analizar necesariamente los factores o variables internos y externos de las empresas y/o empresarios autónomos. Entre estos factores se incluyen el tamaño, la edad de los empresarios, estructura empresarial, comportamiento, antecedentes empresariales, financiación o formación. Los que han cobrado una mayor atención son la actividad tecnológica, el tamaño y el tiempo (Jovanovic, 1982; Agarwal, 1995; Audrestch y Mahmood, 1995), factores que son estudiados siguiendo el modelo de la dinámica industrial de Schumpeter (1942) y su «destrucción creativa» donde las empresas con un cierto tamaño empresarial y en un contexto de mercado de partida, deben implementar nuevos procesos y comportamientos para mantenerse y crecer (Ortega y Moreno, 2005).

En la línea del modelo que aboga por la destrucción creativa y la generación de un mercado dinámico, vamos a continuar con el análisis de algunos factores o variables que incurren en la supervivencia de las empresas o de los empresarios autónomos, entre los que incluimos factores de capital humano, de contingencia e inversión económica. Estos factores que analizamos van a estar en consonancia con la literatura sobre supervivencia empresarial y que como acabamos de analizar debe incluir factores de tamaño, tiempo y actividad tecnológica, entre otros.

IV.8. Factores de supervivencia de las empresas y de los emprendedores

Entre los múltiples estudios que se han realizado para determinar las variables o factores de éxito y fracaso de las empresas figuran los de Cuba et al. (1983); Gatewood et al. (1995); Shepherd (2003); Simpson et al. (2004); Franco y Haase (2010); Ucbasaran et al. (2013). Otros estudian las variables motivacionales que empujan a los emprendedores a comenzar con sus proyectos (Schwartz, 1976;

Morales-Gualdrón et al., 2009; Díaz-García y Jiménez-Moreno, 2010). No obstante, determinar cuáles son estas variables y cómo influyen en las empresas es el reto principal que llega al núcleo de la supervivencia y del crecimiento empresarial.

Luego, conviene conocer cuáles son los factores que incurren en la supervivencia de las empresas de Traducción e Interpretación que nos conducirán, a su vez, a conocer mejor el perfil de los empresarios.

Concretamente, vamos a analizar seis variables de tipo 1) capital humano; 2) contingentes; y 3) la inversión económica. El capital humano hace referencia los elementos esenciales y relevantes para justificar el crecimiento de la actividad empresarial. Son los conocimientos que posee, desarrolla y acumula cada persona en su trayectoria universitaria o de formación, así como la experiencia laboral y organizacional (Davidsson y Honig, 2003); las contingentes se trata de las variables externas, características ambientales o fuerza influyente que afecta el diseño de la organización y a su comportamiento (Bueno Campos, 1996); y la inversión económica hace referencia a la inversión que realiza la empresa en recursos de conocimiento, financieros, organizativos, relativos al capital social y a la propiedad intelectual (Landry et. al, 2006).

Las variables que vamos a analizar en este trabajo son las siguientes:

- 1) el tamaño de las empresas (Hisrich y Brush, 1983; Scott, 1986; Carter y Rosa, 1998; y Cowling y Taylor, 2001);
- 2) el género de los empresarios (Hisrich y Brush, 1983; Birley, 1989; Buttner y Moore, 1997; Cano et al., 2003; Bönnte y Piegeler, 2013; Gupta et al., 2014);
- 3) la formación empresarial (Szilagyi y Schweiger, 1984; Reuber y Fischer, 1999);
- 4) los antecedentes empresariales (Mintzberg, 2004; Kim et al., 2006);
- 5) la inversión económica (Gundry y Welsch, 2001; Verheul y Thurik, 2001; Hill et al., 2006); y
- 6) las herramientas innovadoras – las redes sociales (Jones-Evans y Kirby, 1993; Saw, 1998; Urban, 2003; Ubeda et al., 2013).

A continuación vamos a examinar cada una de estas variables con el fin de sentar las bases del estudio empírico que presentaremos en el capítulo siguiente. Con ello pretendemos, por una parte, contribuir a una mejor comprensión del

objeto principal de esta tesis doctoral y, por otra parte, presentar y justificar nuestras siete hipótesis de estudio que se describen al fin de cada subapartado que describimos a continuación.

IV.8.1. Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa que integra una determinada rama de actividad puede ser uno de los factores explicativos del nivel y crecimiento de la productividad observada para el conjunto de la rama (González Guerrero y López Rubio, 2004). En general, parece que la productividad aparente del trabajo crece con la dimensión de la empresa y que se ha incrementado la productividad de todos los grupos de empresas, independientemente de su tamaño. Se observa un incremento mayor para las más grandes, que alcanzan una tasa media acumulativa del 4,17%, seguida de las medianas, con una tasa del 2,92%. Finalmente, las microempresas y empresas pequeñas tienen unas tasas inferiores al 2% (González Guerrero y López Rubio, 2004). Así pues, parece que existe una relación positiva entre el tamaño de las empresas y su productividad.

Diversos estudios han analizado si el tamaño de la empresa tiene algún efecto sobre el éxito de la misma (Geroski, 1995; Sutton, 1997; Caves, 1998). Los resultados obtenidos revelan que el éxito es mayor cuando el tamaño de la empresa también es mayor (Van Biesebroeck, 2005). Sin embargo, otros estudios señalan que, «aunque esta relación suele cumplirse, las características del sector en el que la empresa compite influyen de manera significativa» (Sutton, 1997). No obstante, existe un tamaño mínimo eficiente por debajo del cual las empresas estarían, en la mayoría de los casos, condenadas al fracaso (Wagner, 1994; Fritsch, Brixy y Falck, 2006; Zhao y Ritchie y Echtner, 2011).

Para algunos sectores, como en nuestro caso el de traducción e interpretación, el tamaño es un dato poco significativo puesto que se trata de un sector donde predominan mayoritariamente los empresarios autónomos o individuales, quienes deciden trabajar para ellos mismos pudiendo contratar a otro traductor o en ocasiones asociarse con otros compañeros de profesión (Gouadec, 2007). Por tanto, nuestra primera proposición es la siguiente:

P.1. El tamaño de la empresa de Tel no influye en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.

IV.8.2. Género

Una importante variable que está siendo analizada cada vez con mayor frecuencia es la creciente presencia del género femenino en el mercado laboral a nivel internacional. La inclusión de la mujer en el mercado laboral ha supuesto un gran cambio en nuestra sociedad a todos los niveles (Blum et al., 1994). Asimismo, distintos trabajos coinciden en que el número de mujeres empresarias ha aumentado drásticamente en los últimos años (Warren et al., 2009; Zutshi y Tan, 2009; Cáceres-Carrasco y Guzmán-Cuevas, 2010; Kautonen y Palmroos, 2010; Sanyang y Huang, 2010; Tsuchiya, 2010; Ullah et al., 2010; Wakkee et al., 2010; Yusof y Jain, 2010).

No obstante, existen algunos sectores económicos particulares donde se suele apoyar más la presencia de mujeres (Brush, 1990; Blum et al., 1994). Distintos autores han estudiado la presencia de la mujer en la empresa especialmente en el sector servicios: textil (Pickle y Abrahamson, 1990), hostelería, servicios de asistencia personal (Hakim, 1987) y educativos (Kalleberg y Leicht, 1991). Hisrich y Brush (1986) situaron en un estudio realizado con mujeres que el 90% de las encuestadas trabajaban en el sector servicios y sólo el 7% en el sector industrial. Otros autores (Loscocco, 1991; Anna, *et al.*, 1999) indican que las empresarias tienen menos probabilidad de operar en sectores de alta intensidad tecnológica y nos exponen varias razones para explicar esta orientación empresarial hacia los servicios por parte de las mujeres que están vinculadas con la discriminación de la mujer. Por un lado, las empresas de servicios y de comercio al por menor (Blake, 2006) requieren un menor volumen de inversión inicial y también menor preparación o formación técnica, lo cual conviene a las empresas que regentan mujeres que presentan desventajas respecto a las empresas que regentan hombres en cuanto a la obtención de recursos financieros y habilidades o conocimientos empresariales específicos (Carter y Rosa, 1998).

Por otra parte, Hisrich y O'Brien (1981) investigan la relación entre el sector de actividad elegido por las empresarias con el propósito de analizar si las mujeres con negocios regentados tradicionalmente por mujeres (servicios personales, venta al por menor, etc.) eran diferentes de las empresarias que operaban en sectores regentados por hombres (sectores industriales, construcción, etc.). Las conclusiones de estos autores confirman las ideas anteriormente expuestas respecto a la influencia de la discriminación de la mujer en el mercado laboral y respecto al sector elegido para desarrollar una actividad empresarial. Así, Hisrich y O'Brien observan que las empresarias de los sectores menos tradicionales tenían mayor formación y experiencia laboral, y, aunque también usaban sus ahorros personales para financiar su negocio, eran más conscientes de la falta de fuente de financiación externa por lo que solían contar con la ayuda de algún familiar cercano para financiarse. Al respecto, Bates (2002) dice que fundamentalmente en Norteamérica se dedican al subsector de servicios personales y en menor medida al comercio al por menor. También sucede de forma similar en otros países menos desarrollados como en el caso de Polonia (Zapalska, 1997), donde además se desarrolla la actividad de la mujer en el sector de servicios de acompañamiento y traducción de negocios, como sucede igualmente en España.

Eleanor Brantley Schwartz (1976) defiende que las principales motivaciones de las empresarias-emprendedoras son las mismas que las de los empresarios-emprendedores, entre las que incluye: la necesidad de tener éxito, la independencia, la recompensa económica y la satisfacción de trabajar. Otros trabajos empíricos (Birley, 1989; Buttner y Moore, 1997; Cano et al., 2003; Bönnte y Piegeler, 2013; Gupta et al., 2014) recogen más similitudes que diferencias entre ambos géneros. Tanto hombres como mujeres que deciden emprender, lo hacen por motivos extrínsecos, intrínsecos y trascendentales. Pero, sin embargo, existen algunas diferencias entre hombres y mujeres. Las mujeres tienen motivos intrínsecos como el deseo de independencia (Hisrich y Brush, 1986; Stanger, 1990; Gupta et al., 2014) y trascendentales como el deseo de ser útil en la sociedad. En cambio, los hombres se mueven más por motivos extrínsecos como son el éxito económico y la necesidad de encontrar empleo y la autonomía familiar (Goffee y Scase, 1982; Cromie, 1987; Ram, 1999; Bönnte y Piegeler, 2013). Buttner y Moore

(1997) defienden que las empresas creadas por mujeres son más pequeñas con respecto a las ventas, empleos, beneficios y crecimiento.

Existen distintas motivaciones para ambos géneros que la literatura clasifica en motivos de carácter 1) extrínseco, motivos que expresan las necesidades básicas de la persona, necesidades materiales como son el autoempleo, el desarrollo de una actividad empresarial como alternativa a una situación de desempleo o la necesidad familiar (Humphreys y McClung, 1981; Sullivan et al., 1997); 2) intrínseco, son las necesidades cognitivas, es decir, la satisfacción interna de la persona resultante del aprendizaje o el placer al realizar una acción concreta, la autorrealización personal e incluso el interés por enfrentar los desafíos relacionados con la puesta en marcha de un negocio, la oportunidad de desarrollar sus habilidades y experiencia, y la libertad de decidir su propio destino (Kalleberg y Leicht, 1991; Buttner y Moore, 1997; Bönnte y Piegeler, 2013); y 3) trascendental, los motivos que aluden a las necesidades afectivas asociadas a los resultados que la acción tenga en otras personas, como puede ser el deseo de un trabajo flexible que permita atender mejor las necesidades familiares y tareas domésticas, actividades en las que el hombre participa cada vez más, pero que aún hoy en día son principalmente responsabilidad de la mujer (Scott, 1986; Vélaz, 1996; Gupta et al., 2014).

El tipo de negocio que un empresario decide crear define las diferencias de género en las motivaciones empresariales (Lummis y Stevenson, 1990). Las motivaciones externas, como las barreras de entrada elevadas, que suelen ser propias de sectores intensivos en capital son elegidos mayoritariamente por empresarios masculinos. Mientras que motivaciones internas, como la autorrealización y el deseo de independencia, más características del sector servicios, son las preferidas por las empresarias femeninas al contar con bajas barreras de entrada. Sin embargo, Orhan (2001) interpreta los valores culturales y sociales del entorno y el efecto que la discriminación femenina como la explicación a las diferencias de género en las motivaciones empresariales.

El hecho de crear un negocio propio les proporciona a las mujeres ilusiones de toma de riesgos, la evaluación de sus formas de trabajar (Brenner et al., 1991) y de burlar el temido “techo de cristal” (Scott, 1986). Además, las que han

abandonado puestos funcionariales seguros para cumplir su sueño de tener un negocio propio gozan de un afán por alcanzar los objetivos que se propongan (Neider, 1987). Minnitti y Bygrave (2001) remarcan las dificultades de las mujeres autónomas frente a los hombres, como son, la crianza de los hijos. Sin embargo, para Linehan (2001) esa «inferioridad femenina» en los negocios no existe, ya que demuestra que ambos géneros tienen las mismas opciones de fracaso. Esta afirmación también ha sido justificada en los estudios de Chang (1993) y Chu (2000) quienes encontraron factores determinantes para el éxito y supervivencia de un negocio pequeño en ambos sexos.

En nuestro estudio, y teniendo en cuenta que hemos analizado empresas de traducción e interpretación, es decir, empresas del sector servicios, no hemos encontrado grandes diferencias de género, lo cual demuestra que el porcentaje de mujeres que deciden emprender en este sector de actividad profesional es similar al del género masculino puesto que la diferencia de género no conlleva riesgo alguno ni se estima fracaso por motivos de género. Por tanto, tomando en cuenta esta última consideración proponemos nuestra segunda proposición:

P.2: El género del propietario director de la empresa de Tel no influye en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.

IV.8.3. Formación empresarial

La influencia de la formación del empresario-emprendedor o de la empresaria-emprendedora en el rendimiento radica en el hecho de que los conocimientos adquiridos mejoran la capacidad de gestión para desarrollar un negocio superior o una estrategia específica del sector (Honig, 1998; Kim et al., 2006; West y Noel, 2009; Bae y Qian y Miao y Fiet, 2014). En consecuencia, los recursos pueden ser adquiridos de manera más eficiente, se reducen los costes y los ingresos se incrementan. En resumen, podemos observar que el rendimiento mejora.

De acuerdo con la teoría del capital humano, la formación puede fomentar o bien las habilidades específicas o generales del empresario-emprendedor (Szilagyi y Schweiger, 1984; Reuber y Fischer, 1999).

En nuestro trabajo, hemos dividido la formación en dos tipos: (1) conocimientos generales en gestión empresarial y (2) conocimientos específicos en el negocio/servicio/producto. Los conocimientos generales en gestión empresarial están dirigidos a preparar a las personas para gestionar una empresa o emprender un proyecto empresarial. Los conocimientos específicos en el negocio/servicio se asocian con las habilidades particulares, conocimientos y competencia aplicables a un sector, industria o producto de un mercado, como es en nuestro caso los servicios de traducción e interpretación.

a. Formación en gestión empresarial

La formación en gestión empresarial del capital humano apoya la eficacia dentro de una organización empresarial, ya sea en la administración o en la gestión, o para la realización de un proyecto o empresa en particular. Los conocimientos generales de negocios se refieren a la educación que reciben los individuos en las universidades o escuelas de negocios. Un indicador del conocimiento general de negocios adquiridos en las universidades serían las titulaciones de grado en administración de empresas o turismo (Szilagyi y Schweiger 1984; Reuber y Fischer 1999). Se espera que el conocimiento del negocio general desarrollado a través de la formación y de la educación formal en las universidades para influir en el conocimiento, las habilidades y la motivación de un empresario, contribuyan a la eficiencia de la nueva empresa (Veciana et al., 2005).

b. Formación en negocios y servicios

La educación formal en negocios puede construir conocimiento con respecto a las oportunidades, los recursos y su aplicación eficiente, especialmente con respecto a la administración general de una empresa. Además de los conocimientos, se espera que este tipo de educación también apoye el desarrollo de habilidades generales, tales como la comunicación, el trabajo en equipo y el análisis crítico y la resolución de problemas (Gibbs, 2004; Varela, 2011).

La influencia positiva en el rendimiento (Deakins et al., 2005) se debe al hecho de que la imaginación, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y una mínima acumulación de conocimiento del entorno se pueden desarrollar a través de la educación en la universidad (Haber y Reichel, 2005), aunque todo esto puede depender del tamaño de la empresa (Lee y Tsang, 2001). Como señala Ramachandran y Shah (1999) y Veciana et al. (2005), una educación universitaria juega un papel clave en la creación de una empresa por el empresario-emprendedor, lo que puede justificar el desarrollo de nuevas escuelas de pensamiento sobre la educación universitaria en el espíritu empresarial (Laukkanen, 2000). Estas revisiones de la literatura, nos conducen por tanto a formular nuestra tercera proposición:

P.3: Contar con formación en gestión empresarial antes de crear una empresa de Tel sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.

IV.8.4. Antecedentes empresariales

Además de los conocimientos y habilidades obtenidos a partir de la formación y la educación, es importante considerar la influencia de las experiencias anteriores, como la empresa familiar del empresario-emprendedor, incluso en el mismo sector (Kim et al., 2006).

La experiencia se define como los conocimientos y habilidades adquiridas mediante la observación y el tratamiento de una variedad de situaciones que se dan en el ambiente familiar o en empresas similares de traducción e interpretación. Estas habilidades empresariales influyen en el rendimiento de la empresa o empresario autónomo, ayudándole a evaluar las oportunidades y utilizar los recursos de manera más eficaz (Castrogiovanni, 1996). Por lo tanto, los propietarios experimentados son capaces de tomar mejores decisiones.

En contraste con la educación, la experiencia no puede ser adquirida en un centro de aprendizaje, sólo puede aprenderse mediante la participación en la actividad empresarial. La experiencia en contextos similares ayuda al propietario-emprendedor a aumentar la productividad de la empresa y por lo tanto, una mayor

productividad puede conllevar la aparición o el aumento de la lista de espera del establecimiento, de manera que sea consistente con las ya identificadas para los otros factores que analizamos en nuestro estudio.

La empresa familiar y la experiencia previa en contextos similares representan una forma de capital humano específico (Szilagyi y Schweiger, 1984; Reuber y Fischer, 1999).

Un factor muy importante para el empresario-emprendedor es el apoyo de la familia (Singh y Magee, 2001; Gurel, Altinay y Daniele, 2010). De esta manera, tener parientes cercanos emprendedores hace que una persona se aventure más fácilmente a emprender un negocio ya que ha vivido la experiencia y puede apoyarse en la familia en situaciones difíciles. Como establecen Sexton y Kent (1981), Mescon y Stevens (1982) y Hisrich y Brush (1983) un 50% de los empresarios-emprendedores tenían padres empresarios que les impulsaron a iniciar su actividad. Gatewood et al. (1995) afirmó que estos empresarios-emprendedores con familiares empresarios, tienen más éxito que aquellos en cuya familia nunca nadie ha emprendido.

Por otra parte, Mintzberg (2004) ha sostenido durante mucho tiempo que no es posible aprender a manejar una organización hasta después de obtener algo de experiencia. Él sostiene que es difícil comprender plenamente los conceptos abstractos, si no podemos relacionarlos con experiencias concretas. Por lo tanto, los empresarios-emprendedores que ejercen su educación después de la puesta en marcha de sus negocios pueden adquirir conocimientos más profundos que quienes habían completado su educación antes de la puesta en marcha. Esto sugiere que el aprendizaje posterior a la puesta en marcha podría ser especialmente beneficioso. Teniendo en cuenta esta consideración, formulamos nuestra cuarta proposición, que será la siguiente:

P.4 Cuando el propietario director de la empresa de Tel cuenta con antecedentes empresariales sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.

IV.8.5. Inversión económica

La creación de una empresa implica la inversión de recursos de diversa índole: recursos de conocimiento, financieros, organizativos, relativos al capital social y a la propiedad intelectual (Landry et. al, 2006). Si un emprendedor detecta una oportunidad de negocio, pero no posee los recursos para explotarla y en su entorno no existen posibles fuentes de suministro, como por ejemplo formación en un área específica o acceso a financiación, difícilmente podrá hacer realidad su proyecto. La disponibilidad de algunos de estos recursos constituye un elemento fundamental en la decisión de crear una empresa puesto que influye en la percepción de viabilidad para desarrollar el proyecto. Como nos relatan Urbano y Toledano (2008) «para el emprendedor, los recursos son algo parecido a lo que podrían ser la pintura y el pincel para el artista», es decir, son indispensables.

Para iniciar un nuevo proyecto un empresario debe identificar qué recursos necesita añadir a los que ya tiene (Timmons, 1994). Uno de los recursos que deben valorarse en primer lugar es el estado de la economía de la familia puesto que es importante para negocios que empiezan. La falta de capital en las etapas iniciales puede tener un efecto negativo a largo plazo. Y se ha demostrado que una menor cantidad de capital en el arranque influye en la capacidad del empresario para conseguir financiación bancaria (Storey, 1994).

Los ingresos relacionados con las nuevas empresas creadas suelen tener forma de U, es decir, un gran número de negocios que se inician en familias con altos y bajos ingresos, frente a un escaso número de negocios que se inician en familias de nivel económico medio. Los motivos para iniciar un proyecto estaban asociados con los ingresos familiares, la necesidad de trabajar por cuenta propia, las inversiones de ahorros personales, el deseo de recibir una recompensa por el trabajo realizado y la búsqueda de una oportunidad.

Así pues, la condición financiera familiar afecta al arranque de un negocio. Para aquellos que cuentan con un nivel medio de ingresos, los estudios muestran cierta diferencia entre mujeres y hombres: los hombres se motivan más por la necesidad, mientras que las mujeres se motivan más por las oportunidades (Thomson y Walker, 1989; Acs et al, 2005; Langowitz y Minniti, 2007;). Esto se puede atribuir a que los hombres con un nivel medio de ingresos actúan

protegiendo a sus familias. Las mujeres, por tener menos presión social, pueden buscar oportunidades para aumentar los ingresos familiares. No obstante, Williams (2009) plantea que ambas necesidad y oportunidad puede co-existir e incluso comenta que estos factores pueden variar en el transcurso del tiempo de un emprendedor a medida que la situación personal y económica cambia.

Aunque hay autores que no diferencian las formas de acceso al capital entre hombres y mujeres (Rosa et al., 1994), otros dicen que las mujeres utilizan más sus propios recursos y menos el acceso de capital de amigos, familiares u otras instituciones (Honig-Haftel y Martin, 1986; Hisrich y Brush, 1987; Neider, 1987; Carter y Rosa, 1998). Por lo tanto, se inclinan más por la inversión económica personal. En Europa las mujeres empresarias se inclinan también por recurrir preferentemente a los ahorros propios o préstamos familiares en vez de hacer uso de las fuentes de financiación institucionales (Hakim, 1987; Verheul y Thurik, 2001). Esto es posible porque las empresarias europeas se ajustan al patrón de mujer empresaria, tendiendo a crear empresas pequeñas en el sector servicios, donde las necesidades de capital son más reducidas, su inversión inicial es, por lo tanto, pequeña en comparación con los empresarios masculinos, sienten una mayor aversión al riesgo que los hombres y no pretenden alcanzar un alto rendimiento o crecimiento de la empresa a corto plazo (Verheul, et al., 2006).

No obstante, en algunos análisis realizados sobre las fuentes de procedencia de los fondos con los que se financia la actividad empresarial se señala que cuando se considera el tamaño y la edad de la empresa, así como el sector de actividad empresarial, no existen diferencias de género en el recurso a los diferentes tipos de fuentes de financiación, aunque sí en cuanto a las dificultades enfrentadas para obtener dicha financiación (Petersen y Rajan, 1994). Sobre las fuentes de financiación, Carter y Rosa (1998) afirman que la contratación de préstamos bancarios obliga a crecer más rápido en el negocio que en el caso de no contar con ellos.

En definitiva, el acceso al capital y a la financiación es una cuestión crítica para las pequeñas y medianas empresas tanto si se trata de empresarios como de empresarias (Gundry y Welsch, 2001; Verheul y Thurik, 2001; Hill et al., 2006), ya que sin suficientes recursos financieros el empresario no podrá desarrollar nuevos

productos y servicios, no podrá acometer planes de expansión, ni crear empleos, etc. Generalmente, estas pequeñas empresas no pueden acceder al mercado de valores por lo que dependen fuertemente de los préstamos bancarios, créditos comerciales y fuentes informales de financiación tales como los préstamos familiares y ahorro personal. Diferentes trabajos empíricos han demostrado que las pequeñas y medianas empresas suelen recurrir preferentemente al crédito bancario (Petersen y Rajan, 1994). Al mismo tiempo, los pequeños empresarios señalan que la obtención de recursos financieros es uno de los principales obstáculos que se encuentran cuando se plantean crear una empresa. Según estos criterios, nuestra quinta proposición será como sigue:

P.5 La inversión económica que destina el propietario director de la empresa de Tel sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.

IV.8.6. Herramientas Web 2.0

Schumpeter ya en 1934 introduce el concepto de la innovación cuando afirma que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son las impulsoras de la innovación. Actualmente, este concepto lo refuerzan investigadores y legisladores cuando mantienen que aquellas pequeñas empresas que hacen uso de la innovación tienen un mayor potencial de crecimiento (Phillips y Kirchoff, 1989). Las empresas del sector servicios como los comercios, banca, hostelería, telecomunicación y, en nuestro caso, actividades de traducción e interpretación, juegan un papel fundamental en el proceso de innovación por lo que centrar la atención en esas empresas podría proporcionar un mayor entendimiento de este proceso y de la variedad de formas que puede adoptar (Jones-Evans y Kirby, 1993).

La Web 2.0 hace referencia a la variedad de aplicaciones digitales que permiten interactuar, colaborar y compartir entre los usuarios. Estas aplicaciones digitales son diversas: blogs, podcasts, wikis, redes sociales y según los intereses o necesidades pueden escribir en blogs, escuchar programas, compartir contenido y archivos multimedia, etiquetar a personas, y jugar en línea (Pascu, 2008; Redecker, et al., 2009). Estas aplicaciones que se encuentran almacenadas en la Web 2.0 han

ido evolucionando con los años gracias a los programas de I+D que desde muchas universidades llevan a cabo. Una de las características más interesantes es quizá que algunas de estas aplicaciones permiten a los usuarios comunicarse y colaborar de formas distintas y a través de distintos programas que permiten trabajar y construir juntos un conocimiento que se ajusta a sus necesidades (Owen, et al, 2006; Palacios-Marqués et. al, 2013).

Entre las aplicaciones más demandadas en los últimos tiempos y que quizá hayan evolucionado más rápidamente encontramos las redes sociales, una herramienta de comunicación de la Web 2.0, que se consideran de gran importancia para el proceso de innovación empresarial (DeBresson y Amesse, 1991; Rothwell y Dodgson, 1991; Saxenian, 1990). Las redes sociales ayudan a las organizaciones innovadoras a adquirir y entender las nuevas tecnologías y repartir los costes de investigación y desarrollo (DeBresson y Amesse, 1991; Freeman, 1991; Saw, 1998). Eleanor Saw (1998) afirma que las redes sociales ejercen un efecto sobre el comportamiento innovador de las pequeñas empresas. A través del uso de las redes sociales, las pequeñas empresas del sector servicios pueden ampliar la cartera de clientes así como los recursos a la vez que minimizan los costes.

En definitiva, expertos como Saw (1998) recomiendan a los propietarios-directores de las pequeñas empresas del sector servicios que analicen en qué redes sociales están presentes como estrategia competitiva. Con una buena gestión, las redes sociales tienen el potencial de mejorar y mantener el comportamiento innovador de las empresas pequeñas, y consecuentemente, su competitividad.

Internet y las redes sociales han evolucionado para formar parte de prácticamente cada una de las facetas de nuestra vida personal y profesional. El mundo entero está al alcance de la mano si tenemos en cuenta que la comunicación de hoy ha dejado de ser unidireccional dejando paso a la bidireccionalidad e interacción (que encontramos hoy) (Ubeda et al, 2013). El impacto de las redes sociales (o lo que también se denomina la Web 2.0) en las percepciones, actitudes y comportamiento de los clientes es considerable en tanto en cuanto que las redes sociales se están convirtiendo en la fuente principal de atención y participación de los clientes (Urban, 2003; Ubeda et al, 2013). Al permitir a los consumidores

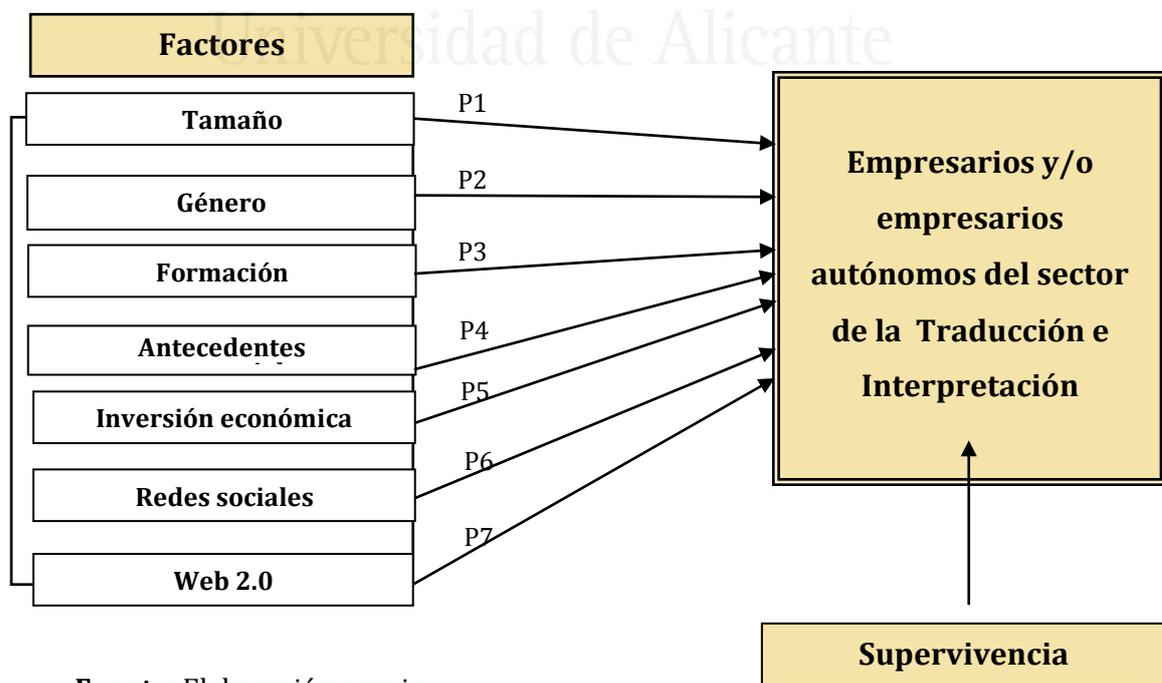
expresarse libremente, las herramientas Web 2.0 se convierten en el medio adicional idóneo para obtener información para compartir opiniones sobre una empresa y sus productos, actuando como una fuente complementaria a las notas de prensa de las organizaciones y a la información publicada en los medios tradicionales (Celaya, 2008). Todo esto nos conduce a plantear nuestra sexta y séptima proposición, con estas dos finalizamos nuestras propuestas:

P.6 La utilización de redes sociales por el propietario director de la empresa de Tel sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.

P.7 La utilización de la Web 2.0 por el propietario director de la empresa de Tel sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.

Tras haber definido las variables del estudio y tras haber planteado las proposiciones que queremos analizar y contrastar, procedemos a continuar en el siguiente capítulo donde vamos a describir la metodología de nuestro trabajo para la contrastación de las proposiciones del modelo que se presente en la tabla 6.

Tabla 7. Modelo de investigación.



Fuente: Elaboración propia

IV.9. Conclusiones

La creación de empresas en España ha cobrado un gran interés en los últimos años debido, principalmente, a la necesidad que ha generado la crisis financiera. De acuerdo con el *Global Entrepreneurship Monitor* la actividad emprendedora total en España (TEA) disminuyó entre el 2008 y 2010. Sin embargo, tras dos años de estabilidad, finalmente en 2013 se ha observado un modesto aumento del 5,2%. De entre estos datos podemos destacar que la edad media de los emprendedores en fase inicial es de 39 años con una mayoría de hombres; destaca asimismo el aumento de empresas creadas por personas desempleadas o con serias dificultades para integrarse en el mercado laboral, así como el factor del miedo al fracaso como obstáculo para emprender. Junto a la necesidad, existe un creciente interés por la autorrealización personal y por reorientar la carrera profesional, según datos del Observatorio de Clima Emprendedor (2013).

Cualesquiera que fueran las motivaciones para emprender, España es ahora más emprendedora que nunca, así lo señala la Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional de Estadística que muestra la evolución desde 1987 hasta el 2010 y aunque con caídas y aumentos del auto-empleo, parece que las constantes se mantienen (Cueto, Mayor y Suárez, 2012).

Las empresas son el motor de empuje de la economía, de la creación de conocimiento, fuente tecnológica y científica, y en definitiva, son la clave para la recuperación económica y el progreso de la humanidad. Los gobiernos y autoridades deben crear políticas de estímulo económico que contribuyan a la creación de empresas y a reducir la disolución de las mismas. Algunos de los factores que hemos analizado como la formación y la inversión económica, contribuyen especialmente al éxito de las empresas y de sus empresarios.

El punto de vista del autor de este trabajo está en consonancia con esta última afirmación y con la de Robinson y Sexton (1994) y Carrasco (1998) quienes afirman que la educación influye significativamente en la probabilidad de autoemplearse. Finalmente, un tercer factor que valoramos importante es el uso de las tecnologías, pues como hemos visto en este capítulo, el entorno tecnológico en el que opera una empresa o empresario autónomo juega un papel primordial en la entrada, salida, crecimiento y supervivencia de la misma.

IV.10. Bibliografía

- Acs, Z.J. (1999). Small firm innovation and public policy. *Science Policy*, 26(4), 247-258.
- Acs, Z.J. y Armington, C. y Zhang, T. (2007). The determinants of new-firm survival across regional economies. The role of human capital stock and knowledge spillover. *Papers in Regional Science*, 86(3), 367-391.
- Acs, Z.J. y Audrestch, D.B. (2003). Innovation and technological change. En Acs, Z.J. y Audrestch, D.B. (Eds.). *Handbook of Entrepreneurship Research*, Boston: Kluwer Academic Publishers, 55-79.
- Agarwal, R. (1998). Small firm survival and technological activity. *Small Business Economics*, 11(3), 215-224.
- Ahlin, B., Drnovsek, M. y Hisrich, R.D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101-117.
- Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through Social Networks. *The Art and Science of Entrepreneurship*. New York: Ballinger.
- Ambadiang, T.O., Aparicio, M.G., Arroyo, F., Buitrago, M.G., De Miguel, E.A., Garrido, J.M., Markic, J., Moreno, J.C. y Payrató, L.G. (2009). *La pluralidad lingüística: aportaciones sociales, culturales y formativas*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría General Técnica.
- Anna, A.L., Chandler, G.N., Jansen, E. y Mero N.P. (1999). Women business owners in traditional and non-traditional industries, *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.
- Argyris, C. (1976). *La dirección y el desarrollo organizacional: el camino de XA a YB*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo.
- Asensio del Arco, E. y Vázquez Blömer, B. (2009). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. Paraninfo, Ciclos Formativos. Madrid: Ediciones Nobel.
- Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33, 481-500.
- Audrestch, D.B. y Mahmood, T. (1995). New firm survival: New results using a hazard function. *Review of Economics and Statistics*, 76, 97-103.
- Audrestch, D.B. y Thurik, A.R. (2000). *What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies*. ERIM Report Series Research in Management. Erasmus Research Institute of Management (ERIM), Erasmus University of Rotterdam.
- Audrestch, D.B. (1991). New-firm survival and the technological regime. *The Review of Economics and Statistics*, 72, 441-450.
- Audrestch, D.B. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Audrestch, D.B. (2002). Entrepreneurship: A survey of the literature for the European Commission, Enterprise Directorate General. URL. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=1837
- Audrestch, D.B. (2004). The entrepreneur and starting up new R&D&I businesses: Introduction, in Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, V.R., de la Torre, A. y Cerver, E. (eds). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, 27-31, Valencia: Universitat de València.

- Audretsch, D.B. (2005). Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 441-457.
- Augustine, N. (2006). *The Committee on Prospering in the Global Economy of the 21st Century, "Rising Above the Gathering Storm: Energizing and employing America for a brighter economic future"*. Technical report, National Academies.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., y Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- Barney, J.B. (1997). *Gaining and sustaining competitive advantages*. New York: Addison-Wesley.
- Bates, T. (2002). Restricted access to market characterizes women-owned businesses. *Journal of Business Venturing*, 17(4), 313-24.
- Béchar, J.P., y Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education. *Academy of Management Learning & Education*, 4, 22-43.
- Bhola, R., Verheul, I., Thurik, R. y Grilo, I. (2006). *Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs*. EIM Business and Policy Research, H200610.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Birley, S. (1987). New ventures and employment growth. *Journal of Business Venturing*, 2(2), 155-165.
- Birley, S. (1989). Female Entrepreneurs : Are They Really Different?. *Journal of Small Business Management*, 27(1), 32-37.
- Blake, M.K. (2006). Gendered lending: Gender, context and the rules of business lending. *Venture Capital*, 8(02), 183-201.
- Blázquez, F., Dorta, J.A. y Verona, M.C. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, 16(28), 43-56.
- Blum, T.C., Fields, D.L., y Goodman, J.S. (1994). Organization-level determinants of women in management. *Academy of Management journal*, 37(2), 241-268.
- Bönte, W. y Piegeler, M. (2013). Gender gap in latent and nascent entrepreneurship: Driven by competitiveness. *Small Business Economics*, 41(4), 961-987.
- Brenner, O.C., Pringle, C.D., y Greenhaus, J.H. (1991). Perceived fulfillment of organizational employment versus. *Journal of Small Business Management*, 29(3), 62.
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk-taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brockhaus, R.H. y Horwitz, P.S. (1986). The psychology of the entrepreneur. En *The Art and Science of Entrepreneurship*, pp. 25-48.
- Brüdel, J., Preisendörfer, P. y Ziegler, R. (1992). Survival Chances of Newly Founded Organizations. *American Sociological Review*, 57, 227-242.
- Brüderl, J., y Schüssler, R. (1990). Organizational mortality: The liabilities of newness and adolescence. *Administrative Science Quarterly*, 35(3), 530-537.
- Brush, C.G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.

- Brush, C.G., Duhaime, I.M., Gartner, W.B., Stewart, A., Katz, J.A., Hitt, M.A., y Venkataraman, S. (2003). Doctoral education in the field of entrepreneurship. *Journal of Management*, 29, 309-331.
- Brush, L.D. (1990). Violent acts and injurious outcomes in married couples: Methodological issues in the National Survey of Families and Households. *Gender and Society*, 56-67.
- Bueno Campos, E. (1996). *Organización de empresas: estructura, procesos y modelos*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Busenitz, L.W., West III, G.P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G.N., y Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of Management*, 29, 285-308.
- Buttner, E.H. y Moore, D.P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34.
- Cáceres-Carrasco, F.R., y Guzmán-Cuevas, J. (2010). Functional and productive dependence: New characteristics for the analysis of enterprises from a macroeconomic view. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 117-130.
- Callejón, M. y Ortún, V. (2009). La caja negra de la dinámica empresarial. *Investigaciones Regionales*, 15, 167-189.
- Caneda, A. y García, O. (2008). Factores clave para el "éxito infantil" de las nuevas empresas. Documento no publicado presentado en XVIII Congreso Nacional de ACEDE, León, España.
- Cano Guillén, C.J., Gea Segura, A.B. y García García, J. (2003). Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios (1st ed.) Universidad de Almería.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. Higgs, H., ed. and trans. (1931). London: Macmillan.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., y Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management review*, 9(2), 354-359.
- Carrasco, I.M. y Castaño, M.S. (2008). El emprendedor schumpeteriano y el contexto social. *Revista de Economía*, 845, 121-134.
- Carrasco, R. (2008). El autoempleo y la economía social. En *El espacio social y el empleo en la construcción europea*. Vitoria: Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras, p. 241-257.
- Carter, Nancy M., William B. Gartner, K. G. Shaver, y E. J. Gatewood (2003). The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 13-40.
- Carter, S. y Rosa, P. (1998). The financing of male -and female- owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10, 225-241.
- Castrogiovanni, G. J. (1996). Pre-startup planning and the survival of new small businesses: Theoretical linkages. *Journal of management*, 22(6), 801-822.
- Caves, R. (1998). Industrial organization and new findings on the turnover and mobility of firms. *Journal of Economic Literature*, 36, 1947-1982.
- Celaya, J. (2008). La empresa en la Web 2.0. El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. Barcelona, Gestión 2000

- Chin, S.T.S., Raman, K., Yeow, J.A., y Eze, U.C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 261-267.
- Chu, P. (2000). The characteristics of Chinese female entrepreneurs: Motivation and personality. *Journal of Enterprising Culture*, 8(1), 67-84.
- Comisión Europea (2013). Plan de acción sobre Emprendimiento 2020: Relanzar el espíritu emprendedor en Europa. Brussels, 9.1.2013. COM(2012) 795 final.
- Cowling, M., y Taylor, M.P. (2001). Entrepreneurial women and men: Two different species? *Small Business Economics*, 16, 167-175.
- Cox, D. R. (1972). Regression models and life-tables. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)*, 187-220.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, 8(3), 251-261.
- Cromie, S. (1987). Similarities and differences between women and men who choose business proprietorship. *International Small Business Journal*, 5(3), 23-34.
- Crumpton M.A. (2012). Innovation and entrepreneurship. *The Bottom Line: Managing library finances* 25(3), 98-101.
- Cuba, R., Descenzo, D., y Anish, A. (1983). Management practices of successful female business owners. *American Journal of Small Business*, 8(22), 40-46.
- Davidsson, P., y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Deakins, D., Glancey, K., Menter, I., y Wyper, J. (2005). Enterprise education: the role of head teachers. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 241-263.
- DeBresson, C. y Amesse, F. (1991). Networks of innovators: A review and introduction to the issue. *Research Policy*, 20, 363-379.
- Dees, G. (1998). Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE). Consulta 25 Septiembre 2014 http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
- Díaz, J. (2012). Los 12 emprendedores más importantes de la historia moderna. Revista Negocios y Emprendimiento. Consulta septiembre 2013 en <http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/03/los-12-emprendedores-mas-importantes-de.html>
- Díaz-García, M.C., y Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 261-283.
- Domingo, R. (2014). Locus de control. *Revista Insight*, 11 de noviembre de 2014. URL: <http://www.revistainsight.es/locus-de-control/>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Eckhardt J. y Shane S. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29, 333-349.
- Escorsa Castells, P. y Valls Pasola, J. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión*. Barcelona. Edicions de la Universitat Politècnica de Catalunya.
- European Commission (2000). *Toward Enterprise Europe: Work programme for enterprise policy 2000-2005: Commission staff working paper*, doc. No. SEC (2000) 771. Brussels.

- European Commission (2008). *Entrepreneurship in higher Education, especially in non-business studies*. Final Report of the Expert Group.
- Fayolle, A. (2007). *Handbook of research in entrepreneurship education: A general perspective*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Ltd.
- Fiet, J. O. (2001). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101-117.
- Forbes, (2014). The world's most innovative companies. Consulta 15 septiembre 2014 en <http://www.forbes.com/innovative-companies/list/>
- Franco, M. y Haase, H. (2010). Failure factors in small and medium-sized enterprises: Qualitative study from an attributional perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 503-521.
- Freeman, C. (1988). Diffusion, the spread of new technology to firms, sectors and nations, en *Innovation, technology and finance*. Heertje, A. London: Printer Publisher.
- Freeman, C. (1991). Networks of innovators: A synthesis of research issues. *Research Policy*, 20(5), 499-514.
- Freeman, C. (1994). The economics of technical change. *Cambridge Journal of Economics*, 18, 463-514.
- Fritsch, M., Brixy, U., y Falck, O. (2006). The effect of industry, region, and time on new business survival –a multi-dimensional analysis. *Review of Industrial Organization*, 28(3), 285-306.
- García-Rodríguez, F.J., Gil-Soto, E. y Ruíz-Rosa, I. (2012). New methods in university entrepreneurship education: A multidisciplinary teams approach. *Creative Education*, 3, 878-883.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Gartner, W.B. (1990). What are we talk about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5, 15-28.
- Gartner, W.B., Nancy, C.M., Shaver, K. G. y Gatewood, E. J. (2003). The Career Reasons for Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, (19)1, 13-40.
- Gatewood, E.J., Shaver, K.G. y Gartner, W.B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10, 371-391.
- GEM (2003). Reporte Ejecutivo Argentina, Evaluación de la Actividad Emprendedora Nacional. Consulta: 22 junio 2013 <http://www.gemconsortium.org/docs/download/735>
- Geroski, P.A. (1995). What do we know about entry?. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 421-440.
- Gibbs, A. (2004). Creating conducive environments for learning and entrepreneurship: Living with; dealing with, creating and enjoying uncertainty and complexity. 14th Annual Int Ent Conference. Naples.
- Gibrat, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. París, Francia: Editorial Dunod.
- Gnyawali, D.R. y Fogel, D.S. 1994. Environments for Entrepreneurship development: Key Dimensions and Research Implications, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 43-62.

- Goffee, R., y Scase, R. (1982). Female entrepreneurs: Some preliminary research findings. *The Service Industries Journal*, 2(2), 22-30.
- González Guerrero, E.I. y López Rubio, J., (2004). Productividad y tamaño empresarial en la hostelería andaluza: una aproximación. *Cuadernos de Ciencias económicas y empresariales*, 46, 77-94.
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Gundry, L.K. y Welsch, H.P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16, 453-470.
- Gupta, V.K., Goktan, A.B. y Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 273-288.
- Gurel, E., Altınay, L., y Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.
- Guzmán, J y Santos, F.J. (2008). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial structure and the economic growth of region, en M. Rekowski (coor) *Entrepreneurial Tissue and Regional Economy*. Poznan: The Poznan University of Economics Publishing House, 49-71.
- Haber, S., y Reichel, A. (2005). Identifying performance measures of small ventures—the case of the tourism industry. *Journal of Small Business Management*, 43, 257–286.
- Hagedoorn, J. (2006). Innovation and Entrepreneurship: Schumpeter revisited. *Industrial and Corporate Change* (5)3, 883-896.
- Hagen, E.E. (1962). *On the theory of social change: How economics growth begins*. Homewood, Ill: Dorsey
- Hakim, C. (1987). *Research design, strategies and choices in the design of social research*. Allen & Unwin. London
- Hausman, A., y Johnston, W. J. (2014). The role of innovation in driving the economy: Lessons from the global financial crisis. *Journal of Business Research*, 67(1), 2720-2726.
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61.
- Hechavarria, D.M. y Reynolds, P. (2009). Cultural norms y business start-ups: The impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4): 417-437.
- Hessels, J., Van Gelderen, M. y Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Hill, F.M., Leitch, C.M. y Harrison, R.T. (2006). 'Desperately seeking finance?' The demand for finance by women-owned and -led businesses. *Venture Capital*, 8, 159-182.
- Hisrich, R.D., y Brush, C.G. (1983). The woman entrepreneur: Implications of family, educational, and occupational experience. *Frontiers of Entrepreneurship Research*(pp. 255–270).Wellesley, MA: Babson College.
- Hisrich, R.D., y Brush, C.G. (1986). *The woman entrepreneurs: Starting, financing and managing a successful new business*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Hisrich, R.D., y Brush, C.G. (1987). *Woman entrepreneurs: A longitudinal study*. Proceedings, 1987 Conference on Entrepreneurship, 187-199 .

- Hisrich, R.D., y O'Brien, M. (1981). The women entrepreneur from a business and sociological perspective. *Frontiers of Entrepreneurship Research*(pp. 21-39). Wellesley, MA: Babson College.
- Hisrich, R.D.,y Brush, C.G. (1984). The woman entrepreneur: Management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22, 31-37.
- Honig, B. (1998). What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13(5), 371-394.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning & Education*, 3, 258-273.
- Honig-Haftel, S. y Martin, L. (1986). Is the female entrepreneur at a disadvantage?. *Thrust: The Journal for Employment and Training Professionals*, 7, 49-64.
- Hopenhayn, H.A. (1992). Entry, exit, and firm dynamics in long run equilibrium. *Econometrica*, 60, 1127-1150.
- Hult, G.T.M. y Ketchen, D.J.Jr. (2001). Does market orientation matter?: a test of the relationship between positional advantage and performance. *Strategic Management Journal*, 22(9), 899-906.
- Hult, G.T.M., Ketchen, D.J.Jr. y Nichols, E.L.Jr. (2002). An examination of cultural competitiveness and order fulfillment cycle time within supply chains. *Academy of Management Journal*, 45(3), 577-586.
- Humphreys, M.A., y McClung, H. (1981). Women entrepreneurs in Oklahoma. *Review of Regional Economics and Business*, 6(2), 13-20.
- Hyytinen, A., Pajarinen, M. y Rouvinen, P. (2015). Does innovativeness reduce startup survival rates? *Journal of Business Venturing*, 30(), 564-581.
- Jones-Evans, D. y Kirby, D. (1993). Technical entrepreneurs in the service sector: the growth of small technical consultancies in the United Kingdom. In *SmallFirms Recession and Recovery*, ed. F. Chittenden, M. Robertson y D. Watkins, pp. 138-148. Paul Chapman Publishing.
- Jovanovic, B. (1982). Selection and the Evolution of Industry. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 649-670.
- Kalleberg, A.L., y Leicht, K.T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of management journal*, 34(1), 136-161.
- Katz, J. A. (2008). Fully mature but not fully legitimate: A different perspective on the state of entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 46, 550-566.
- Kautonen, T., y Palmroos, J. (2010). The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 285-300.
- Kempis, C.R. (2011). ¿De qué hablamos cuando hablamos de *entrepreneurship*?. *Cuadernos Unimetanos*, 26, 11-16.
- Kim, P.H., Aldrich, H.E., y Keister, L.A. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *Small Business Economics*, 27(1), 5-22.
- Kimura, F. y Fujii, T. (2003). Globalizing activities and the rate of survival: Panel data analysis on Japanese firms. *NBER Working Papers Series*, no. 10067, Cambridge.

- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in management: An international Journal*, 25(5), 346-364.
- Kirzner, I. (1998). El empresario. *Revista Libertas*, 29. ESEADE. URL: http://www.eseade.edu.ar/files/Libertas/16_3_Kirzner.pdf Consulta 2-10-2013.
- Kirzner, I. (2009). The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics*, 32(2), 145-152.
- Klein, Karen E. (2010). Are Entrepreneurs Born or Made?. *Bloomberg Businessweek* (28 de October), online en http://www.businessweek.com/smallbiz/content/jul2010/sb20100723_154719.htm
- Klepper, S. (1996). Entry, exit, growth and innovation over the product life cycle. *American Economic Review*, 86, 562-583.
- Knaup, A.E. (2005). Survival and longevity in the business employment dynamics database. *Monthly Labor Review*, 128(5), 50-56.
- Knight, F. (1921). *Risk uncertainty and profits*. New York, NY: Houghton Mifflin.
- Krueger, N. (1993). Growing up entrepreneurial? Some developmental consequences of early exposure to entrepreneurship. *Academy of Management Proceedings*, 1, 80-84.
- Krueger, N.F. (2002). *Entrepreneurship critical perspectives on business and management*. New York: Routledge Books.
- Krueger, N.F. y Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 577-598.
- Landry, R., Amara, N., y Rherrad, I. (2006). Why are some university researchers more likely to create spin-offs than others? Evidence from Canadian universities. *Research Policy*, 35(10), 1599-1615.
- Langowitz, N., y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Lee, D. Y., y Tsang, E. W. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth*. *Journal of management studies*, 38(4), 583-602.
- Letowski, A. (2004). *Le devenir des entrepreneurs créateurs ayant cessé l'exploitation de leur entreprise*. París: DECAS (Direction des Entreprises Commerciales, Artisanales et des Services).
- Li, W. (2006). Entrepreneurial intention among international students: Testing a model of entrepreneurial intention. *USASBE Small Business Advanct National Center*. Arkansas: University of Central Arkansas.
- Linehan, M. (2001). Networking for female managers'career development: Empirical evidence. *Journal of Management Development*, 20(10), 823-829.
- Loscocco, K.A., y Robinson, J. (1991). Barriers to small business success among women. *Gender and Society*, 5(4), 511-532.
- Lumms, M., y Stevenson, H.W. (1990). Gender differences in beliefs and achievement: A cross-cultural study. *Developmental Psychology*, 26(2), 254.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

- OCDE (2006). Manual de Oslo. Guía para la recopilación e interpretación de datos sobre innovación. URL: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05_spa.pdf
- Markic, J. (2009). La pluralidad lingüística: aportaciones sociales, culturales y formativas. *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaría General Técnica*.
- Massey, D.S., Arango, J., Graeme, H., Kouaouci, A. y Pellegrino, A. (1998). *Worlds in motion. Understanding International Migration at the End of the Millennium*. Clarendon Press. Oxford.
- Mauri, T., Coll, C., y Onrubia, J. (2007). The evaluation of the quality of university innovation processes. A constructivist perspective. *Red U. Revista De Docencia Universitaria, 1*, 5-17.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. London: Free Press.
- McClelland, D.C. y Winter, D.G. (1969). *Motivating economic achievement*. New York: Free Press.
- Menudo, J.M. (2014). Jean-Baptiste Say et les compétences entrepreneuriales pour l'industrialisation. *Innovations, 45*, 39-47.
- Mescon, T., y Stevens, G. E. (1982). Women as entrepreneurs: A preliminary study of female realtors in Arizona. *Arizona Business, 29*(7), 9-13.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science, 29*(7), 770-791.
- Miller, M.H. y Orr, D. (1966). A model of the demand for money by firms. *Quarterly Journal of Economics, 80*, 413-435.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Revista de Economía Industrial, 383*, 23-30.
- Minniti, M. (2013). *The Dynamics of entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor data*. Oxford University Press: Oxford.
- Minniti, M., y Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice, 25*(3), 5-16.
- Mintzberg, H. (2004). *Directivos no MBAs. Una visión crítica de la dirección de empresas y la formación empresarial*. Madrid: Ediciones Deusto.
- Mompalmer, A., Carmona, P. y Gieure, C. (2012). The performance of entrepreneurial small- and medium-sized enterprises. *The Service Industries Journal, 32*(15), 2463-2487.
- Morales-Gualdrón, S.T., Gutiérrez-Gracia, A., y Dobón, S.R. (2009). The entrepreneurial motivation in academia: A multidimensional construct. *International Entrepreneurship and Management Journal, 5*, 301-317.
- Morris, M.H. y Paul, G.W. (1987). The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms. *Journal of Business Venturing, 2*(3), 247-259.
- Neck, H. M., y Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management, 49*, 55-70.
- Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management, 25*(3), 22.
- Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management, 25*(3), 22-29.
- OCDE (1998). *Fostering entrepreneurship*. Paris: OCDE.

- OCDE (1998). *Fostering entrepreneurship. The OECD Jobs Strategy*. Paris, OECD.
- OCDE (2001). *Productivity manual: A guide to the measurement of industry-level and aggregate productivity growth*. París: OECD.
- OCED (1992). *Economic surveys. France 199*. Paris: OECD
- Orhan, M. (2001). Women business owners in France: The issue of financing discrimination. *Journal of Small Business Management*, 39, 95-102.
- Orhan, M., y Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in management review*, 16(5), 232-247.
- Ortega, R. y Moreno, R. (2005). *Estrategias competitivas y supervivencia empresarial*. Proceedings of the VIII Encuentro de Economía Aplicada. Track: "Economía Industrial I".
- Owen, M., Lyndsay-Grant, S.S. y Keri F. (2006). Social software and learning. Futurelab Opening Education Reports, 2006. http://www.futurelab.org.uk/resources/documents/opening_education/Social_Software_report.pdf.
- Palacios-Marqués, D., Gieure, C. y Sastre, O. (2013). How social media can be used to innovate? Proceedings of the INBAM 2013 Conference, Lisbon, Portugal.
- Pardo, M. y Ribeiro, D. (2007). Political support for women entrepreneurs. *Equal Opportunities International*, 26, 761-777.
- Pardo-del-Val, M. (2010). The services supporting female entrepreneurs. *The Service Industries Journal*, 30, 1479-1498.
- Pascale, R. (2005). Gestión del conocimiento, innovación y productividad. Exploración del caso de la industria manufacturera uruguaya [trabajo de doctorado en línea]. UOC. (Trabajos de doctorado; TD05-009) URL: <http://www.uoc.edu/in3/dt/esp/pascale0605.pdf>
- Pascu, C. (2008). An empirical analysis of the creation, use and adoption of social computing applications. IPTS Exploratory Research on Social Computing. JRC Scientific and Technical Reports, EN. URL: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC46431.pdf>
- Pennings, J. M., Lee, K., y Van Witteloostuijn, A. (1998). Human capital, social capital, and firm dissolution. *Academy of management Journal*, 41(4), 425-440.
- Perez, S.E., Llopis, A.S., y Sanchis Llopis, J.A. (2004). The determinants of survival of Spanish manufacturing firms. *Review of Industrial Organization*, 25(3), 251-273.
- Peris-Ortiz, M. (2009). An analytical model for human resource management as an enabler of organizational renewal: A framework for corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 461-479.
- Peterman, N.E., y Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28, 129-144.
- Petersen, M.A. y Rajan, R. (1994). The benefits of leading relationships: Evidence from small business data. *Journal of Finance*, 49, 3-38
- Petkova, A.P. (2009). A theory of entrepreneurial learning from performance errors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 345-367.
- Phillips, B. D., y Kirchhoff, B. A. (1989). Formation, growth and survival; small firm dynamics in the US economy. *Small Business Economics*, 1(1), 65-74.
- Phillips, B.D. y Kirchhoff, B.A. (1989). Formation, growth and survival: Small firm dynamics in the US Economy. *Small Business Economics*, 1(1), 65-74.

- Pickle Hal, B., y Abrahamson Royce, L. (1990). *Small business management*. John Wiley and Sons.
- Presas, M. (2000). Bilingual Competence and Translation Competence, en Christina Schäffner y Beverly Adab (eds.): *Developing Translation Competence*, Amsterdam, Filadèlfia, John Benjamins, pp. 19-31.
- Pyromalis, V.D., y Vozikis, G.S. (2009). Mapping the successful succession process in family firms: Evidence from Greece. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 439-460.
- Ram, M. (1999). Managing autonomy: Employment relations in small professional service firms. *International Small Business Journal*, 17(2), 13-30.
- Ramachandran, V., y Shah, M. K. (1999). Minority entrepreneurs and firm performance in sub-Saharan Africa. *The Journal of Development Studies*, 36(2), 71-87.
- Redecker, C., Ala-Mutka, K., Bacigalupo, M. Ferrari, A. y Punie, Y. (2009). *Learning 2.0: The impact of Web 2.0 Innovations on Education and Training in Europe*. JCR Scientific and Technical Report, Final Report, European Commission. EUR 24103 URL: <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC55629/jrc55629.pdf>
- Reuber, A. R. y Fischer, E. (1999). Understanding the consequences of founders' experience. *Journal of Small Business Management*, 37(2), 30.
- Ribeiro, D. (2003). Modelling the enterprising character of European firms. *European Business Review*, 15(1), 29-37.
- Ribeiro, D. y Castrogiovanni, G. (2012). The impact of education, experience and inner circle advisors on SME performance: Insights from a study of public development centers. *Small Business Economics*, 38(3), 333-349.
- Ribeiro, D. y Comeche, J.M. (2007). Transmitting the entrepreneurial spirit to the work team in SMEs: The importance of leadership. *Management Decision*, 45, 1102-1122.
- Ribeiro, D. y Roig, S. (2009). Linking globalization of entrepreneurship in small organizations. *Small Business Economics*, 32, 233-239.
- Robinson, P. B., y Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of business Venturing*, 9(2), 141-156.
- Rosa, P., Hamilton, D., Carter, S. y Burns, H. (1994). The impact of gender on small business management: Preliminary findings of a British study. *International Small Business Journal*, 12(3), 25-32.
- Rothwell, R. y Dodgson, M. (1991). External linkages and innovation in small and medium-sized enterprises. *R&D Management*, 21(2), 258-291.
- Rothwell, R., y Dodgson, M. (1991). External linkages and innovation in small and medium-sized enterprises. *R&D Management*, 21(2), 125-138.
- Safón, V. (2009). The moderating effect of the technological level of industry on the relationship between innovation and corporate reputation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 515-526.
- Sanyang, S.E., y Huang, W.C. (2010). Entrepreneurship and economic development: The EMPRETEC showcase. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 317-329.
- Saw, E. (1998). Social networks: Their impact on the innovative behaviour of small service firms. *International Journal of Innovation Management*, 2(2), 201-222.

- Say (1803). *Traité d'économie politique*. En Institut Coppet: París, 2011. URL: <http://www.institutcoppet.org/wp-content/uploads/2011/12/Traite-deconomie-politique-Jean-Baptiste-Say.pdf>
- Saxenian, A.L. (1990). Regional networks and the resurgence of Silicon Valley. *California Management Review*, 33(1), 89—112.
- Say, J.B. (1803). *Traité d'Économie Politique*. Paris: Calmann-Lévy Éditeur.
- Schiller, B. R., y Crewson, P. E. (1997). Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. *Economic inquiry*, 35(3), 523-531.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1954). *History of Economic Analysis*, New York: Oxford University Press.
- Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship. A new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5, 47-75.
- Scott, C.E. (1986). Why more women are becoming entrepreneurs? *Journal of Small Business Management*, 24(4), 36-44.
- Sebora, T.C., y Theerapatvong, T. (2010). Corporate entrepreneurship: A test of external and internal influences on managers' idea generation, risk taking, and proactiveness. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 331-350.
- Sexton, D. L., y Kent, C. A. (1981). Female executives and entrepreneurs: A preliminary comparison. *Frontiers of entrepreneurship research*, 40-55.
- Shane, S. (2010). *Born Entrepreneurs, Born Leaders*. Oxford: University Press.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shapero, A. (1984). *The entrepreneurial event*. Kent, C.A. (ed.) en *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington, Mass: Lexington Books, D.C. Heath and Company, 21-40.
- Shepherd, D.A. 2003. Learning from business failure: Propositions about the grief recovery process for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28, 318-329.
- Simpson, M., Tuck, N. y Bellamy, S. (2004). Small business success factors: The role of education and Training. *Education + Training*, 46(8), 481 - 491.
- Singh, R. P., y Magee, B. (2001, February). Entrepreneurship education: Is there a growing crisis. In *United States Association for Small Business and Entrepreneurship Conference, Orlando, Florida*.
- Solymossy, E. (1997). Push/Pull motivation: Does it matter in venture performance?. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 204-217, en P.D. Reynolds, W.D. Bygrave, N.M. Carter, P. Davidsson, C.M.Mason, y P.P. McDougall, (eds), *Frontiers in Entrepreneurship Research*, Babson College: Boston, MA.
- Sonfield, M.C., y Lussier, R.N. (2009). Non-family-members in the family business management team: A multinational investigation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 395-415.
- Soriano, D.R. y Huarng, K.H. (2013). Innovation and entrepreneurship in knowledge industries. *Journal of Business Research*, 66, 1964-1969.
- Stanger, A. (1990). Female entrepreneurs in Australia: A review. *Asia Pacific International Management Forum*, 16(4), 12-20.

- Stevenson, H.H. (1983). A perspective on entrepreneurship. Harvard Business School Working Paper No. 9-384-131. Boston: Harvard Business School.
- Stevenson, H.H. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63, 85-94.
- Storey, D. (1994). New firm growth and bank financing. *Small Business Economics*, 6, 139-150.
- Sullivan, P., Halbrendt, C., Wang, O., y Scannell, E. (1997). Exploring female entrepreneurship in rural Vermont and its implications for rural America. *Economic Development Review*, 15(3), 37.
- Sutton, J. (1997). 'Gibrat's Legacy'. *Journal of Economic Literature*, 35, 40-59.
- Szilagyi, A.D. y Schweiger, D.M. (1984). Matching managers to strategies: A review and suggested framework. *Academy of Management Review*, 9(4), 626-637.
- Tellis, G.J., Eisingerich, A.B., Chandy, R.K. y Prabhu, J.C. (2008). Competing for the future: Patterns in the global location of R&D centers by the world's largest firms. *ISBM Report 06-2008*. University Park, PA: Institute for the Study of Business Markets.
- Thompson, L. (2009). The mind and the heart of the negotiator. London: Prentice Hall.
- Thompson, L. (2004). Innovation through people. *Management Decision*, 42(9), 1082-1094.
- Thompson, L., y Walker, A.J. (1989). Gender in families: Women and men in marriage, work, and parenthood. *Journal of Marriage and the Family*, 51(4), 845-871.
- Thurik, R. (2008). Entrepreneurship, economic growth and policy in emerging economies. *ERIM Report Series Research in Management*. Erasmus Research Institute of Management. URL: file:///D:/Tesis_def/Biblio%20para%20meter/ERS-2008-060-ORG.pdf
- Tihula, S., y Huovinen, J. (2010). Incidence of teams in the firms owned by serial, portfolio and first-time entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 249-260.
- Timmons, J.A., (1994). New venture creation: Entrepreneurship for 21st century. Irwin. Sydney.
- Tiran, A. (2014). Liberté d'entreprendre et industrialisation selon Jean-Baptiste Say. *Innovations*, 45, 5-17.
- Tolstoy, D. (2010). Knowledge combination in networks: Evidence from the international venturing of four small biotech firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 183-202.
- Tsuchiya, R. (2010). Neighborhood social networks and female self-employment earnings in Taiwan. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 143-161.
- Ubeda, J.E., Gieure, C., de-la-Cruz, C., Sastre, O. (2013). Communication in new technology based-firms. *Management Decision*, 51(3), 615 - 628.
- Ucbasaran, D., Shepherd, D.A., Lockett, A. y Lyon, S.J. (2013). Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs. *Journal of Management*, 39(1), 163-202.
- Ullah, F., Abbas, Q., y Akbar, S. (2010). The relevance of pecking order hypothesis for the financing of computer software and biotechnology small firms: Some UK evidence. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 301 -315.

- Ullah, F., Abbas, Q., y Akbar, S. (2010). The relevance of pecking order hypothesis for the financing of computer software and biotechnology small firms: Some UK evidence. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 301-315.
- Urban, G. (2003). Customer advocacy: Is it for you?. *MIT Sloan School of Management*, Center for e-Business, paper 175.
- Urbano, D. y Toledano, N.G. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC
- Van Biesebroeck, J. (2005). Firm size matters: Growth and productivity growth in African manufacturing. *Economic Development and Cultural Change*, 53(3), 545-583. University of Chicago Press.
- Van de Ven, A.H., Hudson, R., y Schroeder, D. M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. *Journal of Management*, 10(1), 87-108.
- Van de Ven, A.H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 211-230.
- Van Praag, C.M. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small Business Economics*, 21(1), 1-17.
- Vander Werf, P., y Brush C. (1989). Towards agreement on the focus of entrepreneurship research: Progress without definition. *Proceedings of the National Academy of Management Conference*, Washington, DC.
- Varela, R.V. (2011). Educación empresarial basada en competencias empresariales. En *Desarrollo, innovación y cultura empresarial*, Vol. 2. Santiago de Cali: CDEE.
- Varona, L.C., Gismera, L.T. y Gimeno, R.N. (2014). *Supervivencia de las empresas según indicadores empresariales. Modelo lineal mixto con datos de panel, período 2004 al 2008, caso de España*. Asociación Peruana de Economía. Documento de Trabajo No. 13, agosto 2014.
- Veciana, J. M., Aponte, M., y Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
- Veciana, J.M (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.
- Veciana, J.M. (1996). Generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores: *Venture management o corporate entrepreneurship*. *Economía Industrial*, 310, 11-36.
- Veciana, J.M. (1998). Empresario y proceso de creación de empresas. *Revista Económica de Catalunya*, nº 8.
- Vélaz, J.I. (1996). Motivos y motivación en la empresa. *Díaz de Santos, Madrid*.
- Verheul, I. y Thurik, R. (2001). Start-up capital: Does gender matter?. *Small Business Management*, 16, 329-345.
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18, 151-183.
- Villanueva, J. y Pavone, C. (2006). The effect of entrepreneurial motives on growth: A study of women entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College. 184
- Wagner, Bill (2006), *The entrepreneur next door: Discover the secrets of financial independence*. Irvine, CA, USA: Entrepreneur Press.

- Wagner, J. (1994). The post-entry performance of new small firms in German manufacturing industries. *The Journal of Industrial Economics*, 42(2), 141-154.
- Wakkee, I., Elfring, T., y Monaghan, S. (2010). Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. The role of coaching and self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1-21.
- Wakkee, I., Elfring, T., y Monaghan, S. (2010). Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. The role of coaching and self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1-21.
- Weber, M. (1979). *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica. México
- Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth, *Small Business Economics*, 13.
- Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, A.R. y Reynolds, P.D. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.
- West, G.P., y Noel, T.W. (2009). The impact of knowledge resources on new venture performance. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 1-22.
- Williams, C.C. (2009). The motives of off-the-books entrepreneurs: Necessity-or opportunity-driven?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(2), 203-217.
- Williamson, O.E. (1981). The modern corporation: origins, evolution, attributes. *Journal of Economic Literature*, 19(4), 1537-1568.
- World Economic Forum (WEF) (2009). *Educating the next wave of entrepreneur*. Geneva: WEF.
- Yusof, M., y Jain, K.K. (2010). Categories of university-level entrepreneurship: A literature survey. *International entrepreneurship and management journal*, 6(1), 81-96.
- Zapalska, A. (1997). Profiles of Polish entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 35(2), 111.
- Zeithaml, C.P., y Rice, G. (1987). Entrepreneurship/small business education in American universities. *Journal of Small Business Management*, 25, 44-50.
- Zhao, W., Ritchie, J.B., y Echtner, C.M. (2011). Social capital and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570-1593.
- Zhou, C., y Luo, L. (2012). Group creativity in learning context: Understanding in a social-cultural framework and methodology. *Creative Education*, 3, 392-399.

**PARTE II. MARCO METODOLÓGICO Y
ANALÍTICO.**

**DISEÑO, ANÁLISIS Y RESULTADOS DEL
TRABAJO EXPLORATORIO**

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Capítulo V. Factores que inciden en la supervivencia de las empresas y los empresarios autónomos: análisis cualitativo comparativo con fs/QCA

«Los grandes conocimientos engendran las grandes dudas».
Aristóteles (384 AC-322 AC)

V.1. Introducción

A continuación, este capítulo presenta el trabajo exploratorio que se ha llevado a cabo. Este capítulo incluye los objetivos del trabajo exploratorio, la metodología utilizada, el análisis de la muestra y los datos obtenidos, para finalmente presentar los resultados, la discusión y las implicaciones del estudio empírico. Este capítulo inicia pues la parte más empírica de este trabajo donde a través del estudio analítico se pretende, por una parte, dar respuesta a la pregunta de investigación en torno a la cual gira esta tesis (¿qué factores contribuyen a la supervivencia de las empresas y de los empresarios autónomos que trabajan en el sector de la traducción e interpretación?) y por otra parte, extraer conclusiones rigurosas que ayuden a los profesionales del sector a crecer y ser competitivos en un mercado cada vez más internacional y especializado.

El análisis que aquí se presenta está diseñado para hacer frente a la actual carencia de estudios empíricos en este sector. Según Vande Walle (2005) la mayoría de estudios específicos para el sector de la traducción carecen de rigor científico, por lo que impiden tomar decisiones importantes sobre la actividad económica en dicho sector. En esta misma línea Gouadec (2007) presenta algunas razones por las cuales, dichos estudios, sobre todo las encuestas, pueden contener errores. Las posibles fuentes de error se deben a: 1) la dificultad de discernir la actividad de traducción de las demás actividades; 2) el desconocimiento del sector por parte de los autores del estudio; 3) las bases de datos de partida con errores; 4) la dificultad de medir el volumen de trabajo subcontratado, entre otras.

Cualquier sector de actividad empresarial debe contar con datos fiables y actualizados (Boivineau, 1976; Cancio-Pastor, 1995) que ayuden a conocer mejor el sector, y en nuestro caso, a promover la actividad traductora entre los demás sectores del mercado (Boivineau, 1976; Orf, 2005). Con este estudio que presentamos a continuación, pretendemos, como ya hicieron Cancio-Pastor

(1995), Davico (2005) y Gouadec (2003, 2007), conocer mejor el mercado de la traducción e interpretación a través de sus empresarios. Se espera que los resultados obtenidos proporcionen información de interés tanto a empresarios y autónomos como a futuros emprendedores.

V.2. Objetivo

El objetivo de este trabajo es analizar qué factores influyen en la supervivencia de una empresa o empresario autónomo de traducción e interpretación⁶⁵ en España. En concreto, analizamos los factores o variables que se han presentado en el capítulo anterior (ver Capítulo IV) y que según la literatura, podemos considerar como factores determinantes para la supervivencia empresarial. A su vez, estos factores que analizamos se consideran de tres tipos: a) de capital humano, como son la formación en gestión empresarial del traductor, los antecedentes empresariales del empresario-emprendedor, la utilización de redes sociales y el uso de web 2.0; b) contingentes, como son el tamaño de la empresa y el género del empresario/a emprendedor/a; y finalmente c) de inversión económica realizada en el proyecto empresarial.

V.3. Diseño, análisis y muestra del estudio empírico preliminar

El estudio al que nos referimos a lo largo de este trabajo es el resultado de una segunda fase de trabajo de campo. A esta fase le precede un primer estudio preliminar, es decir, un estudio piloto que fue diseñado y llevado a cabo durante el curso 2013-2014. Con el fin de conocer el perfil y el mercado de trabajo de los traductores e intérpretes, diseñamos dos encuestas distintas, una orientada a estudiantes y antiguos estudiantes de máster tanto de traducción como de interpretación, y otra orientada a profesionales del sector de la Tel. El objetivo de diseñar y testear dos cuestionarios era el de validar nuestras hipótesis iniciales que planteaban: a) conocer más de cerca el perfil actual de los traductores e intérpretes con especial hincapié, en primer lugar, en la formación recibida y la formación en emprendimiento, y b) en el crecimiento y la supervivencia de las empresas o de los empresarios autónomos.

⁶⁵ En adelante utilizaremos la abreviatura: Tel.

Una vez diseñadas las encuestas, procedimos a testearlas. La siguiente fase fue recoger y volcar los datos de ambas en distintas bases de datos para después analizarlos con los métodos de regresión de elección discreta logit y probit. La decisión de utilizar estos métodos se fundamenta en que permiten la modelización de variables cualitativas, a través del uso de técnicas propias de las variables discretas, en concreto, la codificación (Carter y Van Auken, 2005; Paswan et al, 2010), y además, admiten la comparación que nosotros inicialmente quisimos llevar a cabo y permiten evaluar datos cualitativos así como cuantitativos, como es la situación de este estudio preliminar (Gujarati y Porter, 2010; Olmos et al, 2012). Estos dos cuestionarios piloto⁶⁶ fueron diseñados por separado con el fin de recoger la información específica sobre dos poblaciones; no obstante, como hemos podido observar, algunos estudiantes de máster también se encontraban trabajando en el momento que participaron en el estudio pudiendo así algunas respuestas de los dos cuestionarios cruzarse y arrojar más luz a nuestro estudio.

a. Estudio preliminar 1

El primero de los dos cuestionarios con el título *El traductor e intérprete emprendedor: Una perspectiva española*⁶⁷ fue diseñado para obtener una muestra del perfil profesional y de las perspectivas con respecto al emprendimiento. En él se establecen tres variables de estudio centrales: la formación profesional en los estudios, la formación en emprendimiento, las herramientas tecnológicas, es decir, la Web 2.0, redes sociales, y la supervivencia empresarial en caso que la hubiera. Tras contactar con distintos responsables universitarios de máster en España, el cuestionario les fue enviado para que lo difundieran entre sus alumnos. El medio de difusión y comunicación fue el correo electrónico en el que se incluía un breve texto explicativo y el link del cuestionario. De este primer estudio piloto obtuvimos 103 respuestas que volcamos en una base de datos, y que después analizamos. En los anexos, Anexo I.a. mostramos algunas de las respuestas obtenidas.

La tabla 1 detalla a continuación los ítems que fueron formulados. En el apartado de anexos, Anexo I, se puede encontrar el cuestionario completo:

Tabla 1. Relación de ítems e indicadores del estudio preliminar 1.

⁶⁶ Los cuestionarios completos puede verse en el apartado de anexos, anexo I y II.

⁶⁷ Ver el cuestionario I en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/forms/d/1QYSS7biCcGR35MGzgyMlgMdRb73AA6I7GVdhuo1YjrY/prefill#edit>

Item Nº	Items de encuesta 1. Alumnos y antiguos alumnos de Tel	Indicador
	Estudios cursados	Cerrada
	Universidad o Centro de estudios	Abierta
1	Tras finalizar tus estudios en Traducción e Interpretación, ¿has continuado en esta profesión?	Sí / No
2	¿Qué opción has tomado tras finalizar tus estudios?	Cerrada
3	¿Crees que los estudios en traducción e interpretación en España te preparan para el mundo laboral?	Sí / No
4	Desde tu punto de vista, ¿qué crees que es necesario para mejorar la formación de traductores e intérpretes?	Abierta
5	¿Realizaste prácticas en empresa durante tus estudios? *Con traductor autónomo, empresa de traducción audiovisual, de científico-técnica, de jurídica, con un intérprete, etc	Sí / No
6	Si no las realizaste, ¿hiciste algún curso, seminario o similar para ampliar tu formación profesional?	Sí / No
7	Indica el curso, seminario, taller, etc. en el que has participado. (O en el que tienes previsto participar)	Cerrada
8	¿Tus prácticas en empresa te han aportado experiencia y/o nuevos conocimientos?	Sí / No
9	El emprendimiento es una iniciativa que muchas instituciones educativas están poniendo en práctica. Distintos estudios superiores dan mucha importancia a la formación en emprendimiento como salida profesional y para formar a los alumnos en competencias emprendedoras. ¿Crees que tus estudios en traducción e interpretación fomentan el emprendimiento entre los alumnos?	Sí / No
10	¿Consideras que debe fomentarse el emprendimiento desde el inicio de la carrera para que los alumnos adquieran destrezas emprendedoras e innovadoras?	Sí / No
11	¿Crees que las competencias emprendedoras como habilidades comunicativas, de análisis, de gestión, conocimiento de los servicios, etc. pueden ayudar a desarrollarte personalmente y profesionalmente?	Sí / No
12	Puesto que vivimos en la era del conocimiento y cualquiera tiene acceso a la información, lo que busca el mercado son profesionales formados pero también con nuevas ideas de negocio, es decir, con habilidades emprendedoras. ¿Crees que debería de darse más importancia a estas habilidades y enseñarlas en los estudios de traducción e interpretación?	Sí / No
13	Pocos son los alumnos de Tel que tras finalizar sus estudios emprenden una trayectoria profesional de creación de empresa. Por distintos motivos el mundo de la traducción e interpretación profesional se presenta un tanto arduo para traductores e intérpretes en ciernes. ¿Por qué crees que esto sucede?	Abierta
14	Opinas que la inversión económica así como el tiempo que dedicas antes de iniciar un negocio son factores que desmotivan a la hora de lanzarte a emprender?	Sí / No
15	Actualmente las posibilidades a nivel nacional como internacional para emprender no han disminuido, sino que además, han aumentado. ¿Por qué crees que muchos traductores e intérpretes en ciernes no emprenden? *Ayudas, subvenciones, préstamos son posibilidades potenciales que muchos no valoran ¿Crees que la motivación puede ser una causa a la hora de decidir si emprender?	Abierta
16	Si planeas o te has planteado establecerte como traductor o intérprete autónomo/freelance, ¿conoces los procesos por los que has de atravesar para poder establecerte?	Sí / No
17	Las herramientas informáticas juegan hoy en día un papel fundamental en la vida del traductor. ¿Crees que el uso de las tecnologías y más concretamente la Web 2.0 facilita nuestra labor profesional?	Sí / No
18	¿Utilizas Internet y más concretamente la Web 2.0 para promocionar tus servicios y así darte a conocer en el mercado laboral?	Sí / No
19	Si has abierto tu propia empresa, ¿por qué problemas iniciales has atravesado?	Cerrada
20	¿La empresa ha prosperado?	Sí / No Variable Dependent
21	¿Cuáles son los motivos por los que crees que no ha prosperado?	Abierta
22	El intrusismo genera ineludiblemente competitividad. ¿Crees que el intrusismo se presenta	Sí / No

	como una amenaza en nuestra profesión?	
23	En el caso de haber obtenido el título de Interprete Jurado, ¿has continuado por esta vía profesional como traductor/intérprete jurado?	Sí / No
24	En caso de no haber abierto tu empresa, ¿trabajas como autónomo o freelance?	Sí / No
25	La profesión del traductor autónomo o intérprete freelance es una opción tan valorada como cualquier otra con una diferencia, la inversión es mucho menor que la opción de la empresa. ¿Consideras que una buena salida al desempleo?	Sí / No

Fuente: Elaboración propia

Tras una primera valoración de los datos podemos destacar dos hallazgos relevantes y que reflejamos por la rotundez de los datos obtenidos⁶⁸: en primer lugar, hemos registrado un 97,1% de las respuestas a favor de adquirir las competencias emprendedoras (ítem 11) pues favorecen el desarrollo personal y profesional. Siguiendo la literatura que hemos estudiado en el capítulo IV, estas competencias hacen referencia tanto a adquirir habilidades emprendedoras para la creación de empresas, como a las destrezas de creatividad, innovación, gestión, etc. En definitiva, vemos como este sector valora como importante conocer los aspectos profesionales que envuelven a su profesión. Igualmente, los participantes de la muestra han valorado positivamente el hecho de fomentar el emprendimiento desde el inicio de los estudios universitarios para adquirir las destrezas emprendedoras (ítem 10) pues el 92,2% del total se inclinó hacia el sí frente a un 4,9% que se inclinó hacia el no.

El segundo hallazgo que podemos destacar se centra en el uso de las tecnologías y la Web 2.0 (ítem 17). El 98% de los participantes afirmó que facilitan la labor profesional, un dato que demuestra, como hemos argumentado en la revisión de la literatura, que las herramientas tecnológicas resultan para este sector de gran ayuda si no fundamentales y que las herramientas digitales, el uso de Internet y las redes sociales son determinantes, como veremos más adelante, para este sector.

Por otra parte, cabe destacar otros dos hallazgos relevantes respecto a la supervivencia empresarial y el porcentaje de empresas y empresarios autónomos y, por otro lado, respecto al intrusismo. Respecto al primer hallazgo (ítem 20), observamos que del total de la muestra solo el 34,4% afirma haber abierto una empresa y, a su vez, solo el 27% de los encuestados ha respondido a la cuestión de

⁶⁸ Ver resumen de respuestas cuestionario 1 en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/forms/d/1OYSS7biCcGR35MGzgyMlgMdRb73AA6l7GVdhuo1YjrY/viewanalytics#edit>

la supervivencia empresarial. Este desfase del 7,4% que no han contestado a la pregunta de la supervivencia empresarial es debido a que, como han indicado, algunos se encontraban en fase inicial del negocio, lo cual no han considerado como supervivencia. De entre los que sí han sobrevivido figura el 10,8% de los encuestados y los que no han sobrevivido, suman un total del 15,7%. Estos datos muestran que la tasa de supervivencia entre la población del estudio es relativamente baja. No obstante, esta afirmación no se considera significativa porque el perfil de los encuestados son estudiantes de máster, luego, la fase de desarrollo profesional se encuentra en una etapa muy temprana e incluso, para algunos, inexistente. Por lo tanto, tras analizar estos datos y con el conjunto del resto de datos con respecto al perfil de los participantes no podemos medir el grado de supervivencia de las empresas de este sector.

En cuanto, al porcentaje de empresarios autónomos o freelance (ítem 24), el 47,1% ha afirmado trabajar como tal frente al 52,9% que no lo hace. Esto demuestra lo que acabamos de indicar y es que el 52,9% de la población del estudio se encontraba o bien estudiando, o bien trabajando en otros sectores profesionales, un dato que coincide con la literatura y que sostiene que en el sector de la TeI predominan los trabajadores autónomos y freelance. Asimismo, un alto porcentaje de nuestra población de estudio considera que trabajar como autónomos o freelance (ítem 25) es una salida profesional idónea para hacer frente al desempleo. Con un 76,5% de respuestas afirmativas contra un 10,8% negativas y un 12,7% que no sabe. Luego, vemos que no solo la opción de trabajar como empresario autónomo o freelance es habitual en este sector sino que entre las motivaciones para hacerlo esta la de emprender para hacer frente al desempleo.

Respecto al intrusismo (ítem 22), vemos que el 75,5% de la población del estudio afirma que representa un amenaza para la profesión y con este hallazgo se corrobora nuestra presunción inicial que planteaba que el sector de la TeI requiere de un colegio de traductores e intérpretes que regule la profesión, para que a través de la formación y la especialización, nuestro sector disfrute de los derechos que se amparan en el Estado, y en las leyes de defensa de los intereses profesionales de los colegiados así como la defensa de la competencia, una

cuestión que también se ha incluido en las respuestas de los ítems 13 y 15 que exploran los motivos por lo que los traductores e intérpretes no emprenden.

Finalmente, no pudimos validar las hipótesis planteadas con el método logit o probit pues tras extraer las variables dependientes e independientes, codificarlas y proceder a la fase de análisis estadístico con estos programas nos enfrentamos a una problemática. El principal error reside, como acabamos de comentar, en que el número de respuestas para validar la supervivencia empresarial es insuficiente y, por lo tanto, no podemos validar esta hipótesis de nuestro estudio. El análisis de varianza con los métodos de dependencia dividen las variables analizadas en dos grupos: dependientes e independiente y el objetivo de estos métodos es determinar si el conjunto de variables independientes afecta al conjunto de variables dependientes y de qué forma. Nuestro análisis contaba con datos incompletos, y además, con la ausencia de una única variable dependiente robusta, por lo tanto, al no poder determinar esta relación, nos ceñimos a realizar un análisis descriptivo. A continuación, describimos el segundo estudio preliminar llevado a cabo.

b. Estudio preliminar 2

Esta misma casuística tuvo lugar con los datos obtenidos a partir de la segunda encuesta que denominamos *El traductor y/o intérprete emprendedor: Una perspectiva española*⁶⁹ y que diseñamos para obtener información acerca de los profesionales de la TeI que posteriormente contrastaríamos con los datos de la primera encuesta. Este segundo cuestionario cuenta con 17 ítems y plantea recoger información a cerca del perfil empresarial de las empresas, la formación recibida y las herramientas tecnológicas que utilizan. La población de este segundo estudio la componen empresarios registrados en el directorio de empresas de TeI por Actividad CNAE 7430 Axesor, la Agencia de Rating española⁷⁰, y por otra parte, los participantes de la lista de distribución de la Comunidad Académica Española

⁶⁹ Ver el cuestionario 2 aquí:

<https://docs.google.com/forms/d/1ABYhCuRj4rZGJ7li8MGHVf0v3XI5m1dGLtU4gKNsbX4/viewform>

⁷⁰ <http://www.axesor.es/directorio-empresas-actividad-cnae/informacion-empresas-de-Actividades-De-Traduccion-E-Interpretacion/743/1>

Red Iris, que cuenta con más de 1.000 suscriptores⁷¹ entre estos, empresas y autónomos.

Tabla 2. Relación ítems e indicadores del estudio preliminar 2.

Item Nº	Ítems de la encuesta 2. Empresas de Tel e y empresarios autónomos	Indicador
	Denominación de la empresa/autónomo	
	Localización	
	Antigüedad de la empresa o servicio autónomo	
1.	¿Cuántos empleados tiene en plantilla?	Cerrada
2.	¿Cuál fue su motivación para emprender un negocio de traducción/interpretación?	Abierta
3.	Según su experiencia, ¿qué se necesita para crear una empresa.	Cerrada
4.	¿Cuáles fueron los problemas iniciales que atravesó hasta consolidar su empresa?	Abierta
5.	Si usted es trabajador autónomo o freelance, ¿por qué no ha dado el salto para abrir su empresa?	Abierta
6.	¿Cree que algún tipo de formación en emprendimiento es necesaria antes de abrir su propia empresa o de iniciarse como autónomo/freelance?	Sí / No
7.	Incluyéndole a usted, ¿qué porcentaje de sus empleados, si tuviera, han recibido formación en emprendimiento, o lo que es lo mismo, formación empresarial?	Cerrada
8.	De entre sus empleados, ¿cuántos son traductores y/o intérpretes de profesión?	Cerrada
9.	¿Qué porcentaje aproximado son <i>traductores e intérpretes</i> y qué porcentaje <i>lingüistas</i> ?	Cerrada
10.	Para cubrir las necesidades lingüísticas de sus clientes ¿cuenta con traductores e intérpretes de profesión, en plantilla o autónomos/freelance, o bien contrata a lingüistas y/o especialistas con idiomas?	Cerrada
11.	¿Cuál es el perfil de contratación que demanda para trabajar en su empresa?	Cerrada
12.	De los servicios que ofrece, ¿qué especialidad es la más demandada?	Cerrada
13.	¿Cuántos trabajadores de su empresa son traductores jurado?	Cerrada
14.	Opina que la inversión económica así como el tiempo que dedica antes de iniciar un negocio son factores que desmotivan a la hora de lanzarse a emprender?	Si / No
15.	Para atraer nuevos clientes y aumentar su cartera ¿ha utilizado y/o utiliza las redes sociales?	Si / No
16.	¿Utiliza Internet y más concretamente la Web 2.0 para promocionar sus servicios y así darse a conocer en el mercado laboral?	Si / No
17.	El networking también se considera otro gran aliado del traductor e intérprete. ¿Lo utiliza para dar a conocer sus servicios y ampliar su cartera de clientes?	Si/No

Fuente: Elaboración propia

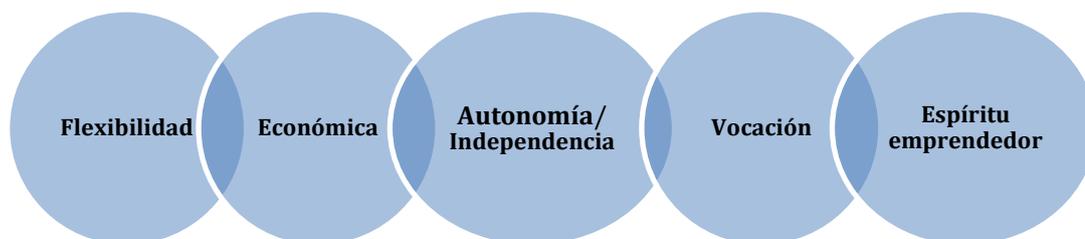
Esta tabla 2 recoge los ítems del segundo cuestionario. Tras la difusión del cuestionario obtuvimos 68 respuestas de empresas de Tel y de empresarios autónomos, una muestra que, de acuerdo con Patton (2002) y su trabajo sobre de los estudios cualitativos, será suficiente según el objetivo y el contexto del estudio. Si atendemos al tamaño del sector de la Tel y a nuestro objetivo, observamos que esta muestra es suficiente si además atendemos al hecho de que el cuestionario fue difundido por Internet lo que conlleva la problemática de que este canal de

⁷¹ <https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A0=TRADUCCION&X=9E2AB77A8E7E940587&Y=clagieu%40gmail.com>

comunicación suele registrar una menor tasa de respuestas (Heerwegh y Loosveldt, 2009). Además, los datos obtenidos trajeron consigo mucha información relevante para conocer más de cerca el perfil personal, educativo y profesional de los traductores e intérpretes en España, sus inclinaciones con respecto al emprendimiento y el desempeño de las empresas y empresarios autónomos, y las motivaciones para emprender; no obstante, del análisis estadístico no hemos podido obtener un modelo representativo que valide nuestras hipótesis iniciales. Una de las razones fue contar con distintas variables independientes como la formación emprendedora, la motivación para emprender, la especialización, o el uso de la Web 2.0 y las redes sociales, mas este segundo cuestionario carece de variable dependiente, es decir, de una respuesta al planteamiento de las variables predictoras (independientes). Por lo tanto, de este estudio también realizamos un análisis descriptivo de los datos obtenidos.

Tras evaluar los datos podemos destacar algunos hallazgos relevantes y que también reflejamos por la rotundez de los datos obtenidos⁷²: en primer lugar, el 56,7% de los participantes indica no tener empleados (ítem 1), lo cual demuestra que más de la mitad o son emprendedores autónomos/freelance o micropymes y el 28,4% del total afirma contar entre 1 y 3 trabajadores lo que vendría a ser igualmente una micropyme. Esto confirma que en este sector predominan los trabajadores autónomos, que además, subcontratan a otros o trabajan por encargos de empresas que subcontratan a freelance. Esta cifra se contrasta con el 43% del total de la muestra que afirma no tener personal contrato (ítem 8). Entre las motivaciones para emprender (ítem 2) de la población del estudio predominan cinco factores, y de entre estos la autonomía es la motivación principal para muchos empresarios, seguido quizá de la flexibilidad y los incentivos económicos que aunque al inicio de la carrera profesional no sean, generalmente, cuantiosos sí pueden a llegar a serlo una vez el empresario esté establecido y cuente con una mayor cartera de clientes.

⁷² Ver resumen de respuestas cuestionario 2 en el siguiente enlace:
<https://docs.google.com/forms/d/1ABYhCuRj4rZGJ7li8MGHVf0v3Xl5m1dGLtU4gKNsbX4/viewanalytics>



Entre las motivaciones para no dar el salto a ser empresario-propietario (ítem 5) y dejar de ser autónomo reside la inversión económica, pues para fundar una empresa debe haber un mínimo de capital invertido, y el riesgo es mayor que el del autónomo, seguido del rechazo a abandonar la comodidad del trabajador independiente pues confiere una gran autonomía para compaginar, entre otros, la vida profesional con la personal.

Por otra parte, respecto a la formación en emprendimiento, el 73,1% afirma ser necesaria para iniciar una empresa o lanzarse como autónomo (ítem 6). Por lo tanto, vemos que los mismos profesionales admiten ser necesaria porque su experiencia en el mundo laboral les ha llevado a necesitar estas habilidades o destrezas y que, por lo tanto, estas destrezas les han ayudado a que la empresa sobreviva e incluso crezca y alcance tasas de éxito positivas en el caso de aquellas que son medianas y grandes.

En cuanto al campo de especialidad más demandado (ítem 12) el 34,3% afirma que se trata de la traducción científico-técnica, el 26,9% la traducción jurídica, el 6% traducción simultánea y el 4,5% traducción literaria. Las cifras para interpretación simultánea son bajas, el 1,5% y el restante 26,9% ha sido señalado como otros tipos, entre los que pueden encontrarse la localización y traducción de páginas web, la traducción para las instituciones europeas, o la interpretación comunitaria.

Respecto al uso de las herramientas de la Web 2.0 (ítem 14) el 77,6% afirma utilizarlas activamente, frente al 22,4% que no lo hace; el 82,1% considera que las redes sociales son herramientas potenciales para la empresa (ítem 15) y el 80,6% afirma que utiliza el networking para promocionar sus servicios y ampliar la cartera de clientes. Con estos resultados podemos afirmar que las herramientas de la Web 2.0 tienen una relación positiva con la supervivencia de las empresas y el

crecimiento de las mismas puesto que un gran porcentaje de la muestra del estudio las utiliza y afirma que son herramientas necesarias.

En cuanto a la cuestión del intrusismo, se analiza a través de los ítems 8, 9 y 10 que de forma indirecta indagan sobre el perfil del personal contratado. Así, los empresarios afirman contar con un volumen de traductores e intérpretes de carrera muy similar al de lingüistas o de otras profesiones. Aunque un porcentaje alto afirma no contar con personal contratado pues trabajan como autónomos, los que en cambio sí lo tienen, afirman contar con un 26,9% de traductores e intérpretes autónomos, un 22,4% de traductores e intérpretes freelance, un 7,5% de traductores e intérpretes en plantilla, un 3% de especialistas con idiomas y un 1% de lingüistas. Por lo tanto, estos datos revelan que no solamente las empresas contratan profesionales de otras áreas sino que una vez más, se confirma que predominan los trabajadores autónomos y los contratos de prestación de servicios.

Por último cabe destacar que diez participantes del total de la muestra indican localizarse fuera de España, un dato que confirma la literatura sobre el carácter internacional que ha adquirido este sector debido a la globalización. Entre las ubicaciones que los empresarios u/o autónomos participantes especifican se encuentra Reino Unido, Irlanda, Francia, Colombia, Argentina, México y Estados Unidos. Como veremos, esta casuística se repite en el estudio principal que llevamos a cabo tras esta fase preliminar y que describimos en el apartado siguiente V.4. La tabla 3 recoge los datos principales de estos dos cuestionarios que forman parte de nuestro estudio piloto.

Tabla 3. Resumen de los datos recogidos en el estudio preliminar 1 y 2

	Cuestionario 1: Estudiantes Máster	Cuestionario 2: Empresas y autónomos de Tel
Nº items	25	17
Nº muestra	103	68
Periodo de recolección de datos	28/11/2012 – 29/04/2014	29/10/2013 – 7/03/14

Fuente: Elaboración propia

Del análisis descriptivo de los dos estudios piloto podemos concluir diciendo que en ambos cuestionarios hemos observado un predominio de los trabajadores

autónomos y freelance frente al perfil del empresario propietario. Como algunos participantes han apuntado, esta salida profesional resulta mucho más flexible, independiente e incluso en muchas ocasiones resulta económicamente más benéfico pues los costes estructurales y fijos que presenta el empresario no le afectan, en gran medida, al autónomo. Otra motivación relevante reside en que esta salida hace frente al desempleo y es, por lo tanto, una herramienta laboral fundamental en tiempos de crisis e incertidumbre económica.

En lo que a la *formación* en emprendimiento se refiere podemos concluir diciendo que el sector de la TeI la valora como necesaria para poder aprender a cómo emprender y también para adquirir las habilidades creativas, comunicativas, o innovadoras que se desarrollan con esta formación; pero no se desarrolla eso solamente, sino que además esta formación contribuye a ampliar el campo de miras de los traductores e intérpretes que, a través de la generación de ideas, pueden ampliar sus fronteras y embarcarse en proyectos innovadores. *El intrusismo* representa, como bien han afirmado los estudiantes participantes del estudio, una amenaza y, además, es un hecho patente en nuestro estudio pues hemos observado que las empresas cuentan con profesionales de otras áreas. En cuanto al *uso de las herramientas tecnológicas*, la Web 2.0 y las redes sociales hemos observado que tanto estudiantes como profesionales las utilizan y las consideran, por lo tanto, una herramienta potencial para el empresario pues promueve el networking y las relaciones sociales, la formación de los empresarios, la búsqueda de nuevos mercados y, en definitiva, contribuye a ampliar la cartera de clientes, los ingresos del negocio y, por ende, al éxito empresarial.

Este estudio piloto ha contribuido de forma positiva a que podamos extraer conclusiones para esta tesis doctoral; sin embargo, hemos detectado valores que deben ser cambiados, como por ejemplo, la longitud del cuestionario, la configuración de las preguntas y la variable dependiente del estudio segundo. Estas observaciones nos han permitido realizar los cambios necesarios para mejorar nuestro estudio y asegurar la validez de la encuesta. Asimismo, esta fase preliminar constituye una primera muestra para la literatura sobre empresas de traducción e interpretación, creando así antecedentes de investigación. A falta de estudios en el área de TeI que arrojen luz a nuestra investigación y que cuenten

con datos y métodos validados, decidimos poner la mirada en el sector del emprendimiento y la creación de empresas, pues como hemos argumentado en esta tesis, cuenta con una amplia literatura, y más concretamente, existen diversidad de trabajos sobre la formación emprendedora y la supervivencia de empresas en el sector servicios, los temas que nos ocupan.

Por tanto, con la experiencia ganada tras llevar a cabo este estudio piloto y tras observar que el estudio debía plantear una única variable dependiente, es decir, la respuesta al planteamiento de las variables predictoras (independientes), decidimos fusionar ambos cuestionarios, tomar la variable dependiente del primer cuestionario –supervivencia–, y unificar las variables independientes contenidas en ambos cuestionarios 1 y 2. En definitiva, decidimos redirigir el estudio y tratar de validar las hipótesis que hemos planteado al inicio de esta tesis doctoral.

A continuación, describimos cómo se ha realizado el instrumento de medida que enmarca la pregunta de investigación; detallamos los nuevos ítems, la población de estudio, los datos obtenidos, el método empleado para su análisis estadístico y validación, y en definitiva, los métodos empleados para alcanzar el objetivo planteado al inicio de este quinto capítulo.

V.4. Diseño del estudio empírico

El instrumento de medida diseñado para recoger la información es igualmente un cuestionario pero, esta vez, con dieciséis ítems de preguntas abiertas y cerradas, con obligación de contestar a todos los campos. Las variables de estudio fueron definidas y elaboradas a partir de la literatura existente sobre análisis de factores que influyen en la supervivencia de empresas (Van-Praag, 2003; Acs y Armington, 2006; Acs, Armington y Zhang, 2007) y fueron además contrastadas con el criterio de algunos expertos en economía y emprendimiento.

El cuestionario elaborado se divide en tres bloques: 1) información de control sobre el perfil de los participantes (p.ej. estudios cursados, centro de estudios y género); 2) información sobre la empresa o el empresario (p.ej. denominación de la empresa, localización, tamaño, etc.); y 3) opinión sobre

aspectos claves de la empresa (p.ej. *¿cree que el intrusismo se presenta como una amenaza para la profesión?*).

El cuestionario diseñado sigue los criterios que comúnmente persigue la investigación cualitativa para dotar a sus estudios de rigor metodológico. Así perseguimos los criterios de consistencia lógica, credibilidad, transferibilidad y auditabilidad (Franklin y Ballau, 2005; Mertens, 2005). Los ítems que hemos incluido fueron previamente validados, pues previo al diseño del estudio que presentamos, se llevó a cabo un primer estudio piloto con un cuestionario⁷³ que también fue enviado a profesionales del sector de la TeI. Tras enviar, recoger y analizar los datos pudimos rectificar algunas preguntas y elaborar la encuesta final para este estudio. La literatura específica, el panel de expertos consultados y los resultados del cuestionario piloto confirman pues la validez del cuestionario utilizado. En el Anexo 1 se encuentra el cuestionario detallado.

Como hemos explicado en el párrafo que nos precede, el cuestionario se divide en tres bloques. A continuación detallamos en la tabla 4 cada uno de los ítems, el tipo de respuesta (abierta o cerrada), su función en este estudio (control, identificación u opinión) y el constructo al que hacen referencia. Los constructos sombreados en rojo claro son los incluidos en el modelo empírico, el resto se utilizarán como descriptivos para caracterizar la muestra de estudio

Tabla 4. Relación de ítems, tipo de ítem y constructo.

ITEMS	TIPO		CONSTRUCTO
	RESPUESTA	FUNCIÓN	
I.1. Denominación de la empresa	Abierta	Control	
I.2. Localización			
I.3. Estudios cursados	Cerrada	Control	Formación
I.4. Universidad o Centro de estudios	politécnica		Universitaria
I.5. Antigüedad de la empresa	Abierta	Identificación	Supervivencia
I.6. Intrusismo, ¿cree que el intrusismo se presenta como una amenaza en nuestra profesión?	Cerrada dicotómica	Opinión	Especialización / Formación Universitaria
I.7. En su empresa, ¿cuenta con algún traductor jurado?	Cerrada dicotómica	Control	Especialización
I.8. ¿Cree que los estudios en TeI fomentan el emprendimiento entre sus alumnos?	Cerrada dicotómica	Opinión	Formación Universitaria
I.9. ¿La empresa ha sobrevivido?	Cerrada dicotómica	Identificación	Supervivencia

⁷³ La encuesta puede verse en el apartado de anexos, anexo 5.

I.10. ¿Cuántos empleados tiene en plantilla?	Cerrada politómica	Identificac ión	Tamaño
I.11. Indique su género	Cerrada dicotómica	Identificac ión	Género
I.12. ¿Cree que algún tipo de formación en emprendimiento es necesaria antes de abrir su propia empresa o de iniciarse como autónomo / freelance?	Cerrada dicotómica	Identificac ión - Opinión	Formación Empresarial
I.13. ¿Tiene antecedentes empresariales en la familia?	Cerrada dicotómica	Identificac ión	Antecedentes empresariales
I.14. ¿Opina que la inversión económica así como el tiempo que dedica antes de iniciar un negocio son factores que desmotivan a la hora de lanzarse a emprender?	Cerrada dicotómica	Identificac ión	Inversión económica
I.15. ¿Utiliza las redes sociales? I.16. ¿Utiliza Internet y más concretamente la Web 2.0 para promocionar sus servicios y así darse a conocer en el mercado laboral?	Cerrada dicotómica	Identificac ión	Redes sociales

Fuente: Elaboración propia

La población del estudio la componen, por una parte, empresarios que están registrados como Sociedades Anónimas (SA) y Sociedades Limitadas (SL) en el registro mercantil y por otra parte, trabajadores autónomos. Las fuentes utilizadas para llegar a este sector de la población fueron dos bases de datos que cuentan con empresas y empresarios autónomos. Se trata de dos fuentes de acceso público aunque para acceder a la segunda fuente es necesario registrarse y solicitar admisión. Las fuentes son las siguientes:

- Listado de asociados, empresas de Tel de la Asociación Nacional de Empresas de Tel (Aneti)⁷⁴ con cuenta con 35 empresas, la gran mayoría Sociedades Limitadas.
- Lista de distribución de la Comunidad Académica Española Red Iris, sobre Traducción que cuenta con más de 1.000 suscriptores⁷⁵ y entre las que se encuentran empresas y autónomos.

El periodo de recogida de datos trascendió entre julio y agosto de 2014, es decir, un periodo de dos meses en el que se enviaron correos electrónicos a todos los empresarios de las dos fuentes que acabamos de citar. El método de recogida de datos se realizó a través de la herramienta informática diseñada para crear cuestionarios de Google. Esta herramienta recoge y aloja todas las respuestas en su

⁷⁴ <http://www.aneti.es/asociados.asp>

⁷⁵ <https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A0=TRADUCCION&X=9E2AB77A8E7E940587&Y=clagieu%40gmail.com>

base de datos electrónica que podemos descargar y enviar al procesador de datos Excel. Este mismo formulario se envía por correo electrónico a través de un enlace que se adjunta en el correo. De esta forma facilitamos tanto el envío de los cuestionarios como la recogida de los datos.

V.5. Muestra y análisis de datos

La muestra que hemos recogido y analizado se compone de 46 empresarios y emprendedores autónomos del sector de la traducción e interpretación⁷⁶. Aunque esta muestra inicialmente plantea estudiar a los empresarios ubicados en España, una pequeña parte de la misma procede de países de Europa, América Latina y Estados Unidos. Esto nos indica que algunos participantes del estudio pueden ser españoles que han emigrado a otros países, o bien, estos participantes están suscritos a la lista de distribución española que hemos detallado, y a la que enviamos el cuestionario indicando que se trataba de un estudio dirigido a empresas y empresarios autónomos.

En este estudio no hemos diferenciado a los empresarios de los trabajadores autónomos porque consideramos que todos estos son emprendedores que han decidido abrir su negocio y ofrecer sus servicios y además, como hemos indicado en el cuarto capítulo, el mercado de la Traducción e Interpretación concentra en su mayoría a trabajadores autónomos por lo que hemos querido aglutinar a todos aquellos registrados con el código CNAE 743 en un mismo grupo.

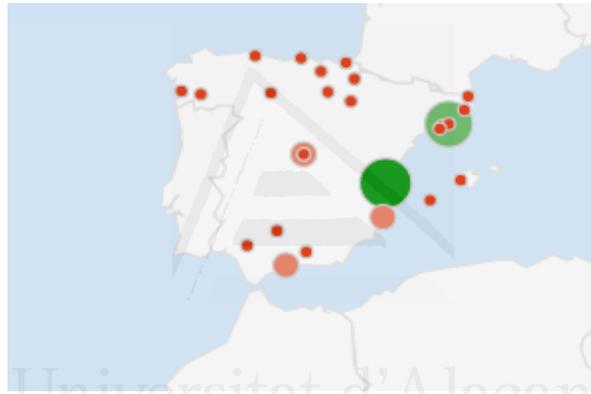
En un primer análisis descriptivo de los datos obtenidos podemos, en primer lugar, presentar la localización de los participantes. El estudio pretendía recoger datos de empresarios ubicados en todas las Comunidades Autónomas de España, y prácticamente así ha sucedido. No obstante, y como acabamos de comentar, contamos con una muestra que ha trascendido del territorio español quizá debido a que el sector de la Tel está muy globalizado. Así, en la muestra contamos con participantes que se localizan en el continente europeo y americano.

El número total según la distribución de los participantes del estudio por Comunidad Autónoma es el siguiente: la mayor concentración de empresarios y/o

⁷⁶ Ver resumen de respuestas aquí: <https://docs.google.com/forms/d/1Za250-p9zMDrorGI80rN6Yc-S6nSzttoAk-lcYnfCI0/viewanalytics>

autónomos es en Cataluña (9), Comunidad Valenciana (8), Andalucía (6) y Madrid (4). El resto de participantes proceden de otras regiones como Galicia (2), Asturias (1), Cantabria (1), País Vasco (2), Navarra (1), La Rioja (1), Extremadura (1), Islas Baleares (1) e islas Canarias (2). Un pequeño número de participantes del estudio, según han indicado, están localizados en: Grecia (1), Perú (1), Colombia (1), Estados Unidos (3) y Luxemburgo (1). Los mapas que ilustramos a continuación muestran por una parte la ubicación de los empresarios en España, mapa que nos permite visualizar más de cerca el reparto geográfico de los empresarios o autónomos en España; y por otra parte el mapa de la distribución mundial, para reflejar todos los puntos de procedencia.

Gráfico 1. Localización de los empresarios y autónomos en España.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2. Localización de los empresarios y autónomos en el mundo.

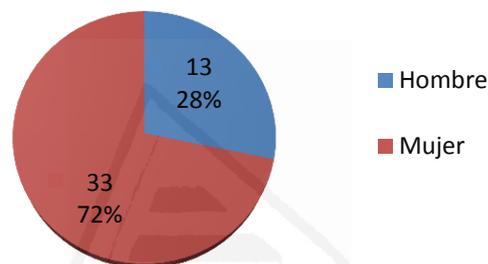


Fuente: Elaboración propia

Los puntos de los mapas muestran la mayor concentración de participantes en color verde. Los puntos rojos claros y anaranjados representan las concentraciones medias y los puntos rojos representan la ubicación de una sola empresa o autónomo.

Siguiendo con el análisis descriptivo observamos que predominan las mujeres frente a los hombres. El gráfico 3 muestra que del total de la población del estudio el 72% de la muestra son mujeres frente al 28% que son hombres. Estos datos confirman lo que se desprende de la evidencia y práctica diaria, que en este sector predominan las mujeres.

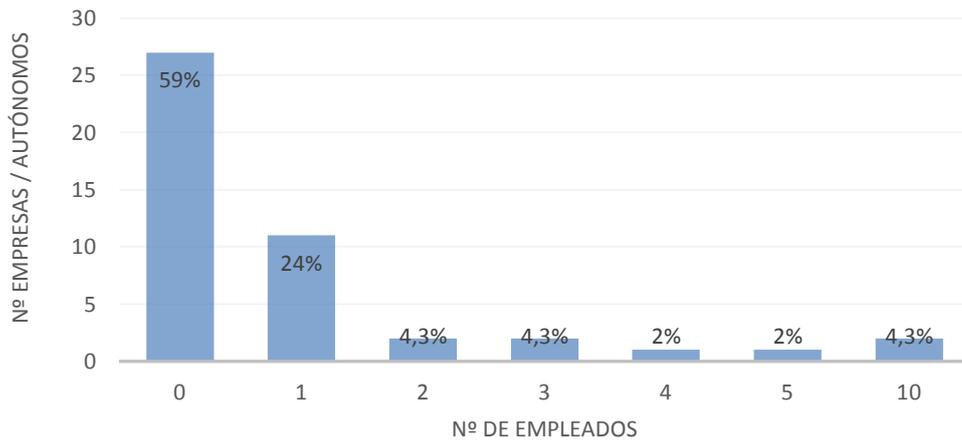
Gráfico 3. Género de la muestra



Fuente: Elaboración propia

En relación al tamaño de la empresa, los empresarios suelen tener personal contratado y en cuanto a los trabajadores autónomos/*freelance* suelen o bien trabajar por su cuenta como único empleado o bien subcontratar a otros traductores en momentos puntuales. A continuación mostramos la relación de empresas/autónomos de la muestra y el número de empleados con el que cuentan estas empresas/autónomos. Como podemos observar en el gráfico 4 predominan los trabajadores con ningún empleado, que suman un total del 59% de los participantes del estudio que se encuentran en situación de empresarios autónomos sin ningún empleado a su cargo frente al 41% de la muestra que son empresarios propietarios de una empresa con al menos un empleado a su cargo.

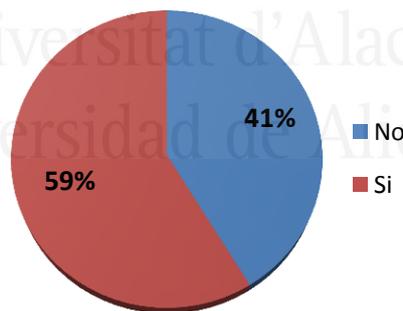
Gráfico 4. Empleados en plantilla



Fuente: Elaboración propia

Otra cuestión interesante es la relacionada con el intrusismo, un fenómeno que genera competitividad y, como comentábamos en capítulos anteriores, en ocasiones puede presentarse como una amenaza. Como vemos en el gráfico 5, de los 46 participantes el 59% sí consideran que el intrusismo puede ser una amenaza frente al 41% de los participantes que no lo consideran una amenaza.

Gráfico 5. Intrusismo



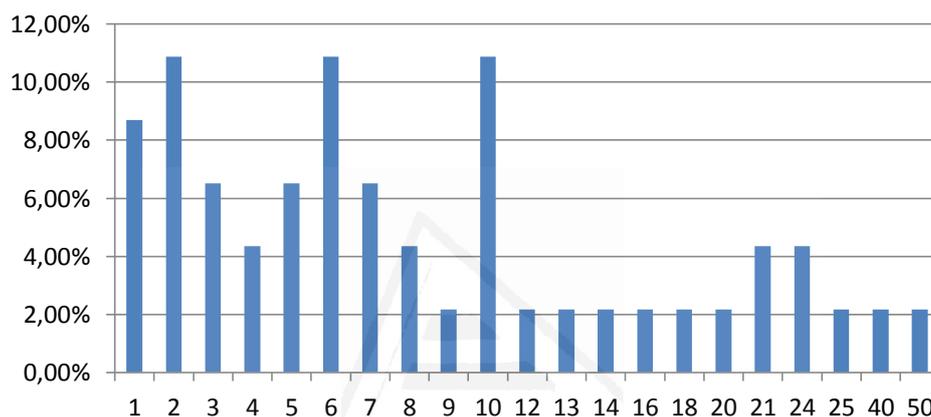
Fuente: Elaboración propia

En el cuestionario también se preguntaba por los años de vida de la empresa o servicio autónomo en el sector. El gráfico 6 ilustra el porcentaje de años trabajados o el total de vida de la empresa. Esta muestra nos indica que las empresas del estudio perduran en el tiempo. Estas empresas y empresarios los podemos a su vez clasificar en cuatro grupos de antigüedad:

- 1) 0 a 5 años de antigüedad, 37% de los participantes;
- 2) 6 a 10 años de antigüedad, 35% de los participantes;
- 3) 11 a 20 años, 13% de los participantes, y
- 4) más de 20 años, 15% participantes.

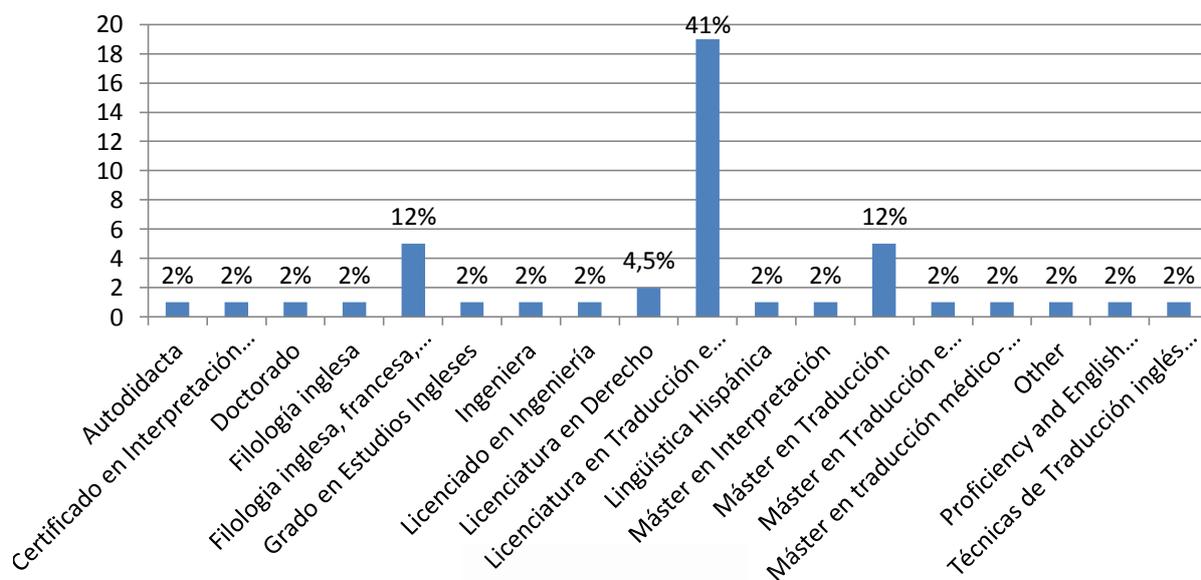
Como vemos, el grupo 1 y 2, es decir los empresarios más jóvenes son los que predominan en el estudio, junto con los grupos, 6 y 10 que también predominan.

Gráfico 6. Relación de antigüedad de las empresas y/o autónomo



Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto importante es la formación de los participantes en el estudio. Como hemos argumentado en el capítulo cuarto, la formación prepara a los estudiantes para el futuro tanto en el aspecto teórico como el práctico. En este sentido, podemos considerar que la formación proporciona conocimientos sobre la materia de estudio pero también conocimientos del mundo que nos rodea. En definitiva, la formación sirve para preparar a los alumnos para que adquieran las competencias clave necesarias para poder adaptarse al cambio (DOUE, 2006: 13). Como muestran los datos recogidos en el gráfico 7, un gran porcentaje de los encuestados han obtenido una titulación superior universitaria, siendo en su mayoría licenciaturas o grados en traducción e interpretación (41%).

Gráfico 7. Estudios cursados por los participantes

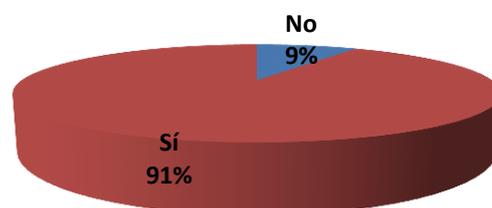
Fuente: Elaboración propia

Respecto a la pregunta que formulamos sobre obtener formación en emprendimiento antes de iniciarse a emprender, observamos que el 91% de la muestra afirma creerlo adecuado. Este resultado indica que sí existe un interés positivo por adquirir habilidades empresariales. En este punto, sería necesario investigar si realmente la formación recibida durante los estudios no contempla la realización de cursos en el ámbito del emprendimiento. Tal y como hemos comentado a lo largo de este trabajo, la mayoría de profesionales en este sector emprenden por la vía del trabajo por cuenta propia, por lo que sería necesario formar a los futuros traductores/intérpretes en aquellas competencias y habilidades que necesitarán una vez finalizados los estudios y para el desempeño de su actividad empresarial. El gráfico 8 muestra esta rotunda afirmación relativa a la inclusión de formación emprendedora en los estudios tanto de Tel o bien ofrecer esta formación permanente antes de lanzarse a emprender.

Gráfico 8. Formación en emprendimiento

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la supervivencia de la empresa, la variable dependiente del estudio, observamos que todas las empresas o empresarios han sobrevivido tras un periodo de antigüedad determinado, excepto cuatro empresas que en la fecha del estudio, afirmaron no seguir con esta actividad profesional como empresario/a o autónomo. Del gráfico 9 podemos afirmar que la muestra refleja un alto índice de supervivencia; de las 4 empresas que no han sobrevivido (el 8,6%) hemos visto que ninguna de ellas contaba con empleados, todas eran mujeres y habían recibido formación superior universitaria; sin embargo, ninguna de ellas contaba con antecedentes empresariales. Por otra parte, las 4 no supervivientes sí utilizan las redes sociales y la Web 2.0, y también opinan positivamente respecto a la inversión económica como factor determinante para emprender.

Gráfico 9. Supervivencia de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Por último, para finalizar este análisis descriptivo mostramos los datos que hemos obtenido respecto al uso de las herramientas tecnológicas, es decir, las redes sociales y la Web 2.0. El uso de la web 2.0 hace referencia, por una parte, al uso primordialmente de las tecnologías que Internet ha puesto a nuestra disposición como son desde los diccionarios multilingües, los corpus lingüísticos,

las bases de datos de cualquier índole, las herramientas de TAO, los blogs, las páginas web, es decir, la infinidad de herramientas que ofrece la Web y que, como argumentamos en esta tesis, prestan una gran ayuda a la labor traductora; por otra parte, con este concepto también hacemos referencia al uso que los empresarios dan a la Web para gestionar y promocionar sus servicios, y ampliar su cartera de clientes. En cuanto a las redes sociales, este concepto hace referencia, como hemos explicado en el capítulo II al uso de estas aplicaciones de forma profesional para promocionar los servicios que ofrece un empresario/autónomo. También se utilizan para ampliar la red contactos, e incluso para hacer networking y publicar datos interesantes sobre el perfil profesional e intereses de una persona. Se trata de una herramienta que si se utiliza adecuadamente, tiene muchos beneficios.

En definitiva, como muestran los datos de los participantes del estudio reflejados en el gráfico 10.a y 10.b, las herramientas de la Web 2.0 son prácticamente ineludibles tanto para llevar a cabo la labor traductora, como para gestionar, promocionar y ampliar el negocio y por ende para la supervivencia empresarial. Esto mismo podría decirse de las redes sociales pues, aunque con cifras levemente inferiores, el 78% de los participantes las consideran útiles.

Gráfico 10.a. Uso de la Web 2.0

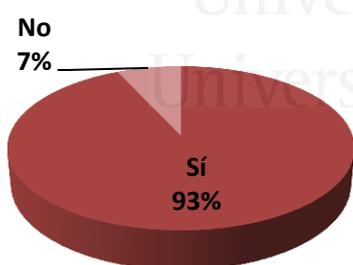
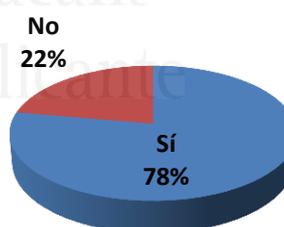


Gráfico 10.b. Uso de las redes sociales



Fuente: Elaboración propia

V.6. Metodología

Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación en esta sección se detalla la metodología de análisis cualitativo comparativo utilizada. En los últimos años el análisis cualitativo comparativo ha ido ganando adeptos, siendo cada vez más utilizada en revistas indexadas aplicadas como son el *Academy of Management Journal*, *Journal of International Business Studies*, *Organization Science* o

Organizational Research Methods. Esta metodología permite subsanar las deficiencias del análisis cuantitativo tradicional con los métodos de regresión múltiple que establece que todas las relaciones entre los factores o variables son simples, lineales y de complementariedad (Fiss, 2011; Ragin, 2008). Con este método no estudiamos variables independientes, que nos permiten resolver los problemas que presentamos en nuestras premisas, sino condiciones, que nos permiten estructurar las posibles soluciones en configuraciones estructurales y que optimizan el resultado analizado, en nuestro estudio el rendimiento expresado en la supervivencia empresarial o mantenimiento de la empresa en el tiempo.

El trabajo utiliza una metodología específica de análisis cualitativo comparativo, el fuzzy set (fs/QCA). Este método trata la perspectiva de causación compleja (Woodside, 2013) y se centra en las relaciones asimétricas que conducen a detectar las configuraciones que son suficientes para producir el resultado a analizar, en nuestro trabajo la supervivencia empresarial. Una configuración es una combinación de variables o factores, que en la terminología del fs/QCA se denomina condiciones, que son mínimamente necesarias o suficientes para obtener el resultado analizado (Meyer et al, 1993) es decir, la supervivencia empresarial.

Los métodos comparativos de configuraciones estructurales se utilizan para responder con validez estadística a estudios con una muestra pequeña. Fiss (2007: 1194) indica que es adecuado para una muestra de entre 10 y 50 casos, aunque una muestra mayor también puede analizarse. En nuestro trabajo hemos analizado 46 empresas o emprendedores autónomos de traducción e interpretación por lo que esta muestra se ajusta a las medidas establecidas por la literatura.

Usando la lógica de Boole, fs/QCA identifica distintas combinaciones posibles que son asociadas a un determinado suceso, en nuestro caso, la supervivencia empresarial. También este tipo de análisis permite cambiar la interpretación de qué factores se asocian al cierre empresarial. Es decir, la situación contraria a la obtención de supervivencia empresarial, aunque este estudio no contempla este suceso. Como Ragin (2008) decía, unir los efectos de la presencia o ausencia de condiciones (es decir, factores o variables) es difícil, sino prácticamente imposible de solucionar en técnicas convencionales tales como la regresión. Las

configuraciones contienen condiciones o factores que pueden ser positivos, negativos o no estar contenidos (Wu, Yeh, Huan, y Woodside, 2014). Finalmente, la aplicación difusa pretende brindar a quien evalúa una muestra de una población un valor que indique el grado de cumplimiento de la afirmación, con el fin de tomar decisiones acerca de la muestra.

V.7. Análisis cualitativo comparativo: Fuzzy-Set (fsCQA)

Tras este primer análisis descriptivo de algunas de las preguntas y las respuestas obtenidas, continuaremos con la descripción del análisis cualitativo comparativo. Para dicho análisis Cárdenas (2014) establece cuatro pasos fundamentales: 1) seleccionar las variables de estudio; 2) transformación (calibración) de las variables en *fuzzy sets*; 3) aplicación del algoritmo de tabla de verdad para identificar las condiciones causales que determinan el resultado; y 4) evaluación e interpretación de los resultados utilizando medidas de consistencia y cobertura.

En primer lugar, presentamos de forma visual e intuitiva las variables (resultado y condiciones causales) utilizadas para el análisis, las proposiciones de estudio planteadas en el capítulo anterior y los ítems del cuestionario a los que corresponde cada una de las variables de análisis.

De acuerdo con la metodología de QCA, el siguiente paso consiste en la construcción de la tabla de verdad. Las respuestas obtenidas tras el envío del cuestionario, son los datos de partida para este análisis. Del total de las preguntas que integran el cuestionario hemos seleccionado las que incluimos en la tabla que sigue a continuación (tabla 5). Dichas preguntas han sido formuladas de acuerdo a la literatura específica sobre supervivencia de empresas y reflejan los factores determinantes que influyen en el éxito o fracaso de las mismas.

Tabla 5. Relación de variables de análisis, proposiciones, ítems de referencia e indicadores de la respuesta.

Variable de análisis	Proposición planteada	Concepto – Ítem de referencia	Indicador (posible respuesta)
P1: Tamaño	<i>P.1. El tamaño de la empresa de Tel no influye en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.</i>	I.10 ¿Cuántos empleados tiene en plantilla?	Número de empleados
P2: Género	<i>P.2: El género del propietario director de la empresa de Tel no influye en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.</i>	I.11 Indique su género.	Masculino/ Femenino
P3: Formación	<i>P.3: Contar con formación en gestión empresarial antes de crear una empresa de Tel sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.</i>	I.12 ¿Cree que algún tipo de formación en emprendimiento es necesaria antes de abrir su propia empresa o de iniciarse como autónomo/ <i>freelance</i> ?	Si/No
P4: Antecedentes empresariales	<i>P.4 Cuando el propietario director de la empresa de Tel cuenta con antecedentes empresariales sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.</i>	I.13 ¿Tiene antecedentes empresariales en la familia (hasta dos generaciones)?	Si/No
P5: Inversión económica	<i>P.5 La inversión económica que destina el propietario director de la empresa de Tel sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.</i>	I.14 ¿Opina que la inversión económica es un factor determinante para emprender?	Si/No
P6: Redes Sociales	<i>P.6 La utilización de redes sociales por el propietario director de la empresa de Tel sí influye positivamente en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.</i>	I.15 Para atraer nuevos clientes y/o aumentar su cartera de clientes, ¿utiliza las redes sociales como LinkedIn, Facebook, Google+, Twitter, MySpace, Blogs, etc.?	Si/No
P7: Web 2.0	<i>P.7 La utilización de la Web 2.0 por el propietario director de la empresa de Tel sí influye positivamente</i>	I.16 ¿Utiliza Internet y más	Si/No

	<i>en que la empresa pueda sobrevivir o mantenerse más tiempo en el mercado. Mismo tratamiento podemos realizar cuando es el traductor e intérprete quien abre la empresa de forma individual sin trabajadores, constituyéndose como empresario autónomo.</i>	concretamente la Web 2.0 para promocionar sus servicios y así darse a conocer en el mercado laboral?	
Resultado: Supervivencia		I.9 ¿La empresa ha sobrevivido (a fecha de julio 2014)?	Si/No

Fuente: Elaboración propia

Para la construcción de la tabla de la verdad es necesario transformar las condiciones causales y el resultado en terminología fuzzy, proceso conocido como calibración. QCA emplea dos métodos específicos: crisp-set (cs/QCA) y fuzzy-set (fs/QCA). cs/QCA es válido para las variables con valores binarios (0 o 1). Un valor de 1 indica la presencia de una característica particular o la pertenencia total, y 0 su ausencia o no-pertenencia. fs/QCA es más apropiado para las variables con valores ordinarios o continuos. El proceso de calibración expresado, en términos fuzzy, transforma las variables en conjuntos o *sets* según su grado de pertenencia a cada una de las condiciones (Ragin, 2008). Así, normalmente 0,95 indica pertenencia total, y 0,05 indica ausencia de pertenencia. El valor intermedio 0,5 designa casos con la mayor ambigüedad respecto a la pertenencia al conjunto.

Para realizar la calibración (transformación de las variables en *fuzzy sets*) vamos primero a definir cómo hemos categorizado cada una de las variables del estudio⁷⁷.

En relación al resultado, en nuestro caso, la supervivencia de la empresa, hemos categorizado las respuestas con un crisp set (cs/QCA), donde el 0 indica una ausencia de la categoría y el 1 pertenencia completa a la categoría, es decir, 0 son las empresas o empresarios autónomos que no han sobrevivido, y 1 representa los que sí han sobrevivido.

Por otra parte, las condiciones causales que son de tipo categóricas (si/no) fueron transformadas utilizando crisp set (cs/QCA). La codificación responde a:

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0.

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1.

⁷⁷ Ver el detalle de las codificaciones en Anexos, Anexo III.

En concreto, las condiciones causales categorizadas con crisp son: género, formación en gestión empresarial antes de crear una empresa, antecedentes empresariales, inversión económica, utilización de redes sociales y utilización de la web 2.0. En el caso del factor género hemos considerado 0 para hombres y 1 para mujeres.

Por último, la pregunta que hacía referencia al tamaño de la empresa, se ha transformado utilizando fs/QCA, calibrándola en los siguientes ítems:

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 1.1. Es decir, valores menores a 2 (0 trabajadores).

0.50 (ni dentro ni fuera): Damos el valor de 2.9. Es decir, valores entre 2 y 4 (de 1 a 9).

1 (completamente dentro): Damos el valor de 4.1. Es decir, valores mayores de 4 (más de 10).

Esta transformación responde a tres objetos de referencia: 1) la literatura sobre tamaño de empresas (Hisrich y Brush, 1983; Carter y Rosa, 1998); 2) experiencia y/o evidencia en el sector objeto de estudio; 3) ajuste de la distribución de la variable calibrada a una forma de S (forma típica en QCA) que se basa en la estimación empírica y analiza varios niveles de membresía de casos para un conjunto determinado.

Los cálculos se han realizado utilizando el paquete informático fs/QCA (fuzzy-set/Qualitative Comparative Analysis) versión 2.5⁷⁸. Para esta fase, el programa nos proporciona la salida que mostramos en la tabla 6.

La tabla 6 muestra lo que en términos fs/QCA denominan tabla de verdad. Se trata de una tabla que recoge todos los valores numéricos que hemos transformado. Es la salida de activación de los cálculos, que se muestra en las filas de la misma tabla. Cada fila almacena la regla de inferencia que establecen las reglas lingüísticas de inferencia considerando las particiones Booleanas. La tabla de verdad traduce estas relaciones lingüísticas y permite cerciorarnos de la confianza de nuestros cálculos.

⁷⁸ Enlace de descarga: <http://www.u.arizona.edu/~cragin/fsQCA/software.shtml>

Tabla 6. Tabla de verdad

CASE	Supe	Size	Gend	Edu	Inne	Fina	Snet	Web	nsiz	fuznsiz
1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0.04
2	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0.04
3	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0.04
4	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0.04
5	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0.04
6	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0.04
7	1	5	0	1	0	1	0	0	3	0.56
8	1	1	0	1	1	0	0	0	2	0.18
9	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0.04
10	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0.04
11	1	1	0	1	1	0	0	0	2	0.18
12	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0.04
13	1	1	0	1	1	1	1	1	2	0.18
14	1	3	0	1	0	0	1	1	3	0.56
15	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0.04
16	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0.04
17	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0.04
18	1	1	0	1	0	1	1	1	2	0.18
19	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0.04
20	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0.04
21	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0.18
22	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0.04
23	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0.04
24	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0.04
25	1	2	1	0	0	1	1	1	2	0.18
26	1	1	0	0	0	0	1	1	2	0.18
27	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0.04
28	1	1	0	1	0	0	0	1	2	0.18
29	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0.04
30	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0.04
31	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0.04
32	1	2	1	1	1	1	1	1	2	0.18
33	1	1	0	1	0	1	1	1	2	0.18
34	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0.04
35	1	1	0	1	1	1	1	1	2	0.18
36	1	4	1	1	1	1	1	1	3	0.56
37	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0.04
38	1	1	0	1	1	1	0	0	2	0.18
39	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0.04
40	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0.04
41	1	10	1	1	0	0	0	1	5	0.99
42	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0.04
43	1	10	1	1	1	0	1	1	5	0.99
44	1	1	0	1	0	1	1	1	2	0.18
45	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0.04
46	1	3	1	1	0	1	1	1	3	0.56

Fuente: Elaboración propia

A continuación, analizamos individualmente la necesidad de cada una de las condiciones (factores/variables) de nuestro estudio. Una condición es necesaria cuando la puntuación de la consistencia sobrepasa el umbral del valor de 0,9 (Schneider et al., 2010). La tabla 7 muestra los valores de consistencia y cobertura para todas las condiciones antecedentes. Se observa que en todos los casos la consistencia es inferior a 0,9. La única excepción la encontramos en el factor que refleja la importancia de haber recibido formación en emprendimiento. Sin embargo, como el valor de consistencia está muy cerca al límite recomendado (en concreto 0.9048), se ha decidido introducir también este factor en el análisis. El motivo que nos ha llevado a su inclusión se debe a que la literatura plantea que la formación es un elemento clave para la supervivencia de las empresas (Marshall, 1930; Keeble y Walker, 1994). Con el objetivo de corroborar si este factor es también de relevancia para el caso de las empresas en el sector de la traducción, se considera oportuno incluirlo en el análisis.

Tabla 7. Valoración individual de las condiciones (factores/variables)

Condición necesaria	Consistencia	Cobertura
Tamaño	0,1781	0,9791
Género	0,3095	1,0000
Formación	0,9048	0,9048
Antecedentes empresariales	0,5238	1,0000
Inversión	0,6667	0,8750
Redes sociales	0,7619	0,8889
Web 2.0	0,8095	0,8947

Fuente: Elaboración propia

Así pues, tras mostrar cada valoración individual de las condiciones en la tabla 7, concluimos que en una primera instancia, ninguna de las condiciones (factores/variables) por si solas nos permite explicar la supervivencia empresarial de las empresas o emprendedores autónomos de traducción e interpretación en España. Es decir, podemos considerar que la supervivencia de las empresas se explica por una combinación de los factores anteriores.

El siguiente paso del análisis consiste en determinar qué combinaciones de factores existen. Los resultados del análisis se presentan en el siguiente apartado.

V.8. Resultados

En el anexo III se muestran los resultados que se obtienen con el programa informático. Los resultados los transcribimos a continuación en la tabla 8. De la lectura de esta tabla se desprende la existencia de nueve configuraciones que explican la supervivencia empresarial de las empresas o emprendedores autónomos de traducción e interpretación. El valor de consistencia del modelo es de 1, y para cada una de las configuraciones es también de 1, valores que están en consonancia con Fiss (2011) quien considera válido el análisis siempre que los mismos sean igual o mayor que ≥ 0.8 . La consistencia sería un índice asimilado a la bondad del ajuste en la metodología cuantitativa. En relación a la cobertura, el valor de la solución es también aceptable, situándose por encima de 0,45 (Ragin, 2008).

Tabla 8. Relación de configuraciones y condiciones antecedentes

ID configuración	Condiciones antecedentes							Cobertura		Consistencia
	Antecedentes	Formación	Tamaño	Inversión	Género	Web	Redes sociales	Raw	Unique	
1	●	●	○					0,421667	0,077143	1,000000
2			○	●	●			0,148095	0,064286	1,000000
3		●		○		●	●	0,190476	0,041190	1,000000
4		●	●		●	●		0,085238	0,029286	1,000000
5			○	○	○	●	●	0,121429	0,019524	1,000000
6		●	○		○	●	○	0,042381	0,041429	1,000000
7		●		●	○	○	●	0,023810	0,023810	1,000000
8		●	●	●	○		○	0,018571	0,013333	1,000000
9	●		○	●		●	●	0,271429	0,022857	1,000000
Solución cobertura: 0.770238										
Solución consistencia: 1.000000										

Fuente: Elaboración propia

Según las recomendaciones de Rihoux y Ragin (2009) este estudio proporciona la solución intermedia. Ragin y Fiss (2008) indican para la lectura de la tabla, 3 símbolos de referencia: círculos negros (●) cuando se observa presencia de condición, círculos blancos (○) que indican su ausencia y las casillas en blanco representan las condiciones ambiguas.

V.9. Discusión de los resultados

Los resultados que hemos obtenido revelan que la supervivencia en el sector de la traducción e interpretación puede lograrse de distintas maneras, lo cual implica más opciones para los emprendedores y al mismo tiempo implica que estos pueden ajustar mejor sus recursos aun siendo limitados.

De la lectura vertical observamos que la formación en emprendimiento aparece de forma positiva en seis de las nueve configuraciones. Por lo que vemos que la formación en gestión empresarial es una condición o factor determinante para la supervivencia de las empresas analizadas. A diferencia de lo que se sugería en el análisis de necesidad (Tabla 7) con una consistencia cercana a 0,9, de los resultados de esta Tabla 8 podemos concluir que dicho factor se puede incluir en el modelo puesto que no tiene un comportamiento dominante ya que su presencia es sólo del 66%. Así pues, validamos su inclusión en el estudio.

Del análisis de las otras condiciones antecedentes, se desprende que el uso de la web contribuye de forma positiva en 5 de las 6 configuraciones en las que aparece. En el caso de la configuración número 7, la ausencia del uso de la web queda compensada por la utilización de las redes sociales. De hecho, de un análisis más profundo, observamos que ya sea la web o las redes sociales o ambas simultáneamente ayudan a explicar la supervivencia de las empresas. El único caso en que su ausencia es relevante, es en la configuración 8, que queda compensada por la inversión, la formación en emprendimiento y el tamaño.

Respecto al tamaño de las empresas observamos que por lo general predominan los empresarios autónomos, las micro y pequeñas empresas; no

obstante, de la lectura vertical de la tabla podemos concluir que por el hecho de ser autónomo o pequeña empresa no significa que haya menos opciones de sobrevivir. Según revelan los resultados, el tamaño reducido de una empresa puede verse compensado por la formación del emprendedor, por el uso de la web y las redes sociales, e incluso por la inversión económica. Así pues, podemos concluir que no es condición indispensable tener un determinado tamaño o masa crítica, sino que la supervivencia vendrá marcada por las cualidades y capacidades del emprendedor.

Finalmente, sobre las condiciones inversión y género podemos concluir que no existe un patrón claro. Respecto al género, del análisis individual se desprende que el predominante es el femenino pero aun así esto no influye en la supervivencia. La inversión tampoco establece un patrón claro pues aunque aparezca de forma positiva en cuatro de las seis configuraciones sólo parece tener una relación positiva con la formación.

Una vez realizando el análisis individual de cada una de las condiciones causales, podemos proceder a analizar las configuraciones resultantes. En este sentido, la lectura horizontal de la tabla nos indica que existen de dos configuraciones (configuración 1 y 9) con un *raw coverage* significativamente mayor que el del resto. Siguiendo la recomendación de Ragin (2008), las dos configuraciones causales con mayor cobertura (*raw*) merecen una mayor atención. En este estudio, la primera configuración indica que las empresas pequeñas que cuentan con antecedentes empresariales y formación empresarial sobreviven. Por otra parte, la configuración novena indica igualmente, que las empresas pequeñas que cuentan con antecedentes empresariales, que estiman la inversión importante y que además utilizan la web y las redes sociales para el desarrollo de su actividad también sobreviven.

De un análisis pormenorizado de las demás configuraciones restantes observamos que la supervivencia de las empresas pequeñas es posible cuando los emprendedores cuentan con antecedentes empresariales en la familia y tienen una formación en negocios (configuración primera). De forma similar se desprende que las empresas pequeñas, con financiación adecuada y dirigidas por hombres también sobreviven (configuración segunda).

En aquellos casos que no se dispone de una financiación adecuada, es posible sobrevivir si se posee formación en gestión empresarial y se apuesta por el uso de la Web 2.0 y las redes sociales para difundir la actividad de la empresa (configuración tercera). Asimismo, aquellas empresas que utilizan la web, que han recibido formación en gestión empresarial y que son dirigidas por hombres, con independencia de si la empresa es pequeña o grande, también sobreviven (configuración cuarta).

Otra configuración que conduce a la supervivencia, incluye aquellas empresas dirigidas por mujeres que utilizan las redes sociales y web 2.0, y que no están condicionadas por la financiación de su negocio (configuración quinta). Igualmente, las mujeres emprendedoras que dirigen una empresa pequeña, cuentan con formación en negocios, utilizan la web 2.0 pero no utilizan las redes sociales también sobreviven (configuración sexta).

En relación a la financiación, se observa que no es un aspecto importante para las mujeres directivas o traductoras, siempre que éstas tengan una formación en negocios, exploten el uso de las redes sociales para el desarrollo de su actividad y no utilicen la web 2.0 (configuración séptima), o si éstas dirigen empresas de mayor tamaño, utilizan las redes sociales pero cuentan con una formación generalista en negocios (configuración octava).

Por último, la configuración novena indica que las empresas pequeñas, dirigidas indistintamente por hombres o mujeres, que cuentan con antecedentes empresariales en sus familias, utilizan las redes sociales y valoran la importancia de la financiación de su negocio, también tienen probabilidades de sobrevivir.

En definitiva, podemos concluir esta discusión de los resultados diciendo que ni el género del propietario o empresario autónomo ni el tamaño pequeño de las empresas o los empresarios autónomos limitan la supervivencia o el hecho de que puedan mantenerse más tiempo en el mercado. Sin embargo, los antecedentes empresariales y la inversión económica sí influyen positivamente en la supervivencia de las empresas o de los empresarios autónomos. Los antecedentes empresariales, ya sea los referentes familiares empresarios o emprendedores como la experiencia que se adquiera en una empresa familiar, contribuye a que

una persona se aventure más fácilmente a emprender un negocio ya que, por una parte, tiene más probabilidades de conocer cómo iniciar y gestionar un negocio pues la experiencia da estos conocimientos y habilidades; por otra parte, el emprendedor puede apoyarse en sus familiares en situaciones difíciles a quien le asesoraran y mostrarán las opciones que desde la experiencia consideran más adecuadas. Es por ello, que consideramos las prácticas profesionales en los estudios universitarios de especial utilidad, especialmente, para aquellos alumnos que no cuentan con antecedentes empresariales y no saben cómo empezar a emprender en cualquiera de sus formas. La experiencia laboral en una empresa aporta muchos más que currículum profesional, dota a las personas de todos aquellos conocimientos y experiencias que no se aprenden en las aulas.

Respecto a la formación, las redes sociales y el uso de la Web 2.0, hemos visto que son tres factores fundamentales para la supervivencia de las empresas y los empresarios. Por una parte, la formación es esencial para el crecimiento humano, es decir, para el desarrollo personal e intelectual. El dicho *the more you know, the more you grow* resume esta afirmación pues cuantos más conocimientos, mayor probabilidad de saber cómo hacer cosas y por tanto, de crecer. Además, el conocimiento que se adquiere con la formación junto con la experiencia profesional, estimula la mente e incluso ayuda a pensar *out of the box*, es decir a abrir y ampliar los horizontes. En definitiva, consideramos que en la sociedad en la que vivimos la formación emprendedora capacita al ser humano para prosperar.

Y por otra parte, el uso de las redes sociales y la Web 2.0, son herramientas que, como hemos indicado, demuestran ser de gran utilidad para los traductores e intérpretes y sus empresas o negocios, e incluso para muchos imprescindibles pues como hemos visto las tecnologías acaparan nuestros medios de vida, llegando en ocasiones a reemplazar a las personas, como sucede con la traducción automática. Si observamos además el listado que ofrecemos en el capítulo III de profesionales que imparten formación en emprendimiento, podemos ver que el nuevo mercado de la traducción reside en la Web 2.0, donde además de documentarnos y comunicarnos con los demás, podemos formarnos telemáticamente, descargar miles de archivos e incluso, como hacen muchos traductores y formadores podemos poner en marcha nuestras estrategias de

márketing a través de las herramientas de marketing digital como las redes sociales, la publicidad en portales y directorios, los vídeos, los blogs, entre otros. En conclusión, en un sector donde el concepto de visibilidad en las redes sociales ha trascendido a todas las esferas debemos invertir cierto tiempo a usarlas con el fin de ganar una posición en el mercado y que el negocio prospere.

V.10. Implicaciones

El sector de la traducción e interpretación es un sector poco explorado pese a su larga trayectoria internacional a través de la historia. Todavía existen pocos estudios científicos que avalen este sector desde una perspectiva más académica. Con este trabajo, contribuimos pues a la literatura en emprendimiento en general, y del sector de la Tel en particular, mediante la realización de un análisis empírico.

Con esta tesis doctoral queremos además detallar las implicaciones que de este trabajo se derivan no sólo para el cuerpo profesional de traductores e intérpretes sino para todo el campo que envuelve tanto a los estudios teóricos como los prácticos. Por lo que las implicaciones las agrupamos en: a) implicaciones académicas, tanto para la literatura sobre supervivencia de empresas y empresarios autónomos de traducción e interpretación, y b) implicaciones prácticas para los profesionales del sector.

Desde el punto de vista académico, nuestro estudio pretende suplir las carencias existentes en la literatura sobre traducción con un estudio empírico que analiza las empresas y los empresarios de este sector en España y la supervivencia de las mismas. Este estudio contribuye además con un modelo del sector de la economía y el emprendimiento que adaptamos al área específica de la Tel.

Por otra parte, con este estudio quisiéramos llegar a las universidades y autoridades académicas que diseñan los currículos para proporcionarles una nueva perspectiva sobre cómo formar durante la carrera en la universidad, un aspecto que analizamos de cerca en esta tesis doctoral.

Desde el punto de vista práctico, teniendo en cuenta los resultados, la opinión de los participantes del estudio y la revisión bibliográfica, se desprende la necesidad de fomentar la formación en gestión empresarial de los autónomos y

pequeños empresarios, para que puedan adquirir las habilidades y competencias necesarias que les permitan dirigir sus negocios con éxito y de forma eficiente. Por otra parte, es importante remarcar la importancia del uso de las herramientas digitales, ya sea para mejorar el rendimiento del negocio como para aumentar la cartera de clientes. En tiempos de crisis como en el que estamos todavía inmersos, estas herramientas pueden aportar valor adicional a nuestro negocio, y suplir las deficiencias económicas y de recursos de las empresas.

Siguiendo las recomendaciones prácticas, los resultados de esta investigación permiten recomendar a los traductores e intérpretes varias vías o varias combinaciones de factores que conducen al éxito empresarial. En este sentido, el presente estudio pretende servir como marco de referencia para las empresas y empresarios del sector.

En primer lugar, acabamos de ver tanto en la lectura vertical como en la horizontal de la tabla 8 que la formación sí influye positivamente en la supervivencia de las empresas de Tel; la formación en emprendimiento o en gestión empresarial es una variable de capital humano que no sólo aporta destrezas emprendedoras sino que también despierta la iniciativa y el espíritu emprendedor, valores muy valiosos para el desarrollo personal. En esta línea, proponemos que los interesados en emprender busquen la vía más conveniente para formarse y adquirir estas destrezas, y emplazamos a las autoridades públicas a ampliar la actual oferta formativa y las ayudas a la formación. En esta tesis se debaten una multitud de opciones, tanto formación presencial como online, universitaria como adicional. La clave es la resiliencia laboral, la capacidad para adaptarse a los nuevos mercados.

En segundo lugar, hemos visto también que la inversión económica, es decir, tener acceso a capital y a la financiación es una cuestión crítica e incluso decisiva en muchos casos para poder emprender, por lo que la inversión económica como indican los participantes del estudio, sí es un factor determinante para emprender. En este sentido, y dada la contribución que pueden tener las empresas de este sector en la economía local, se hace necesario emplazar a las autoridades públicas y entidades privadas a diversificar y facilitar el acceso a la financiación.

En tercer lugar, el uso de la Web 2.0 y las redes sociales también influyen positivamente en la supervivencia de las empresas o empresarios autónomos. Estas herramientas tecnológicas son, sin lugar a dudas, recursos fundamentales para las empresas ya sea para la recuperación de información, como para la difusión o promoción de información. De hecho, hoy en día, la mayoría de empresas utilizan estas herramientas para mejorar el rendimiento de las mismas. Quizá la única diferencia resida en que en ocasiones los usuarios de Internet, es decir, de la Web 2.0 no siempre utilizan las redes sociales. Nuestra recomendación es la de animar a los emprendedores a que incluyan las redes sociales en su plan de negocios y concretamente en su plan de márketing como herramienta de promoción de la marca personal y de los servicios que van a ofrecer. E incluso, proponemos que se formen en esta materia pues hoy en día existe una cantidad ingente de opciones para formarse en redes sociales y uso de las nuevas tecnologías.

En síntesis, la aportación que con este estudio realizamos persigue contribuir a toda la sociedad en general interesada en el ámbito empresarial pero especialmente a los emprendedores y empresarios del sector de la traducción e interpretación para que con estas recomendaciones alcancen el éxito empresarial.

V.11. Limitaciones y futuras líneas de investigación

En este estudio ha sido posible construir un modelo robusto con los factores más relevantes que propone la literatura en relación a la supervivencia de empresas. A la luz de los resultados se sugieren posibles líneas de investigación futuras que aporten información adicional de gran utilidad a este campo de estudio.

En relación al diseño de la encuesta, hemos utilizado las herramientas de la Web 2.0, lo que ha supuesto una ventaja a la hora de trabajar. Por el contrario, hemos tenido que limitar el número de preguntas y variables a analizar (condiciones causales en la metodología de análisis cualitativo comparativo), por un lado, para facilitar la respuesta de los entrevistados, y por otro lado, debido a la limitación de tiempo que un empresario-emprendedor de este tipo de servicio tiene en la ejecución de su actividad.

Respecto a la muestra, aunque el número sea suficiente para la obtención de datos fiables, es cierto que los métodos estadísticos utilizados también admiten muestras mayores, por lo que en posteriores investigaciones trataremos de ampliar el tamaño muestral con otras empresas o profesionales utilizando otras fuentes como puede ser los listados del Ministerio de Empleo. Esto nos permitiría construir un panel de futuro, y a modo de control, trataríamos de repetir el mismo cuestionario entre las empresas o profesionales independientes que nos han contestado para ver si las respuestas se han mantenido en el tiempo o si ha habido alguna diferencia en las mismas. En definitiva, se propone construir un estudio longitudinal.

En cuanto al modelo obtenido, aunque presenta unos ajustes buenos, se plantea la inclusión de nuevos datos que permitan obtener información adicional a la ya recogida. Incluso, como futuras líneas de investigación, sería interesante encontrar otro resultado (*outcome*) que nos aporte información adicional sobre este sector de actividad como por ejemplo, la antigüedad de las empresas, éxito o motivación de los empresarios.

Posteriores investigaciones podrían también considerar la inclusión de nuevas condiciones causales y que estuvieran integradas en caracterizar los atributos emprendedores de capital humano. En cuanto al atributo contingente tamaño, podríamos incluir en la encuesta otra pregunta adicional que plantee si las empresas que cuentan con dos o más trabajadores subcontratan otros servicios o empresarios autónomos y si han contabilizado a estos como tamaño de la empresa o no. En relación a las condiciones causales que capturan la promoción de la actividad empresarial (web 2.0 y redes sociales), se sugiere analizar la inclusión de otras estrategias de promoción y su posible correlación.

Otra forma de completar el análisis y que permitiría tener una imagen más completa del sector objeto de estudio sería ampliar el análisis utilizando otras técnicas cuantitativas como son *Multiple Regression Analysis* (MRA) y *Structural Equation Modelling* (SEM).

Por último, recordar el abasto geográfico del estudio. La muestra de estudio incluye empresarios españoles, si bien éstos pueden estar actualmente ubicados fuera de la geografía española (tal y como se ha visto en el punto V.4). Se

recomienda para investigaciones posteriores hacer un análisis comparativo de los factores de éxito entre regiones, zonas o Comunidades Autónomas; e incluso planteamos comparar con otros países. El presente estudio sirve pues como punto de partida para futuros desarrollos en este sector.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

V.12. Bibliografía

- Acs, Z., Armington, C. y Zhang, T. (2007). The determinants of new-firm survival across regional economies: The role of human capital stock and knowledge spillover. *Papers in Regional Science*, 86(3), 367-391.
- Acs, Z. y Armington, C. (2006). *Entrepreneurship, Geography and Economic Growth*. New York: Cambridge University Press.
- Boivineau, R. (1976). Pigistes et bureaux de traduction. *Meta*, 21(1), 5-11.
- Cancio-Pastor, C. (1995). La traducción profesional en France. Approche du domaine hispanique. Tesis doctoral, Villeneuve d'Ascq : Presses Universitaires du Septentrion.
- Cárdenas, J. (2014). *El poder económico mundial: análisis de redes de interlocking directorates y variedades de capitalismo*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Monografías, 280.
- Carter, R., y Van Auken, H. (2006). Small firm bankruptcy. *Journal of Small Business Management*, 44(4), 493-512.
- Carter, S. y Rosa, P. (1998). The financing of male- and female-owned businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), 225-241.
- Davico, G. (2005). *L'industria della traduzione. Realtà e prospettive del mercato italiano*. Torino: Edizioni SEB 27.
- Franklin, C. y Ballau, M. (2005). Reliability and validity in qualitative research. En: Grinnell, R. y Unrau, Y. (Eds.). *Social work: Research and evaluation. Quantitative and qualitative approaches*. (pp. 438-449). Nueva York: Oxford University Press.
- Fiss, P.C. (2007). A set-theoretic approach to organizational configurations. *Academy of Management Review*, 32(4): 1180-1198.
- Fiss, P.C. (2011). Building better causal theories: A fuzzy set approach to typologies in organization research. *Academy of Management Journal*, 54(2): 393-420.
- Gigerenzer, G. y Brighton, H. (2009). Homo heuristicus: Why biased minds make better inferences. *Topics in Cognitive Science*, 1(1): 107-143.
- Gouadec, D. (2003). Notes on translation training (replies to a questionnaire). En Pym, A., Fallada, C., Biau, J.R. y Orenstein, J. (eds.) *Innovation and E-learning in Translator Training Reports on Online Symposia*, Tarragona (Spain): Intercultural Studies Group, Universitat Rovira I Virgili, 11-19. URL: http://isg.urv.es/library/papers/innovation_book.pdf (Consultado: 15.3.2015).
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Gujarati, D., y Porter, D. (2010). Modelos de regresión de respuesta cualitativa. *Econometría* (págs. 541-590). México: Mc Graw Hill.
- Heerwegh, D. y Loosveldt, G. (2009). Face to face versus web surveying in a high internet coverage population. *Public Opinion Quarterly*, 72 (5), 836-846.
- Hisrich, R.D. y Brush, C.G. (1983). The woman entrepreneur: Implications of family, educational, and occupational experience, en *Frontiers of Entrepreneurship Research* (eds.). Boston, MA: Babson College, 255-270.

- Keeble, D. y Walker, S. (1994). New firms, small firms and dead firms: Spatial patterns and determinants in the United Kingdom. *Regional Studies*, 28, 411-427.
- Marshall, A. (1930). *Principles of Economics*. London: Macmillan and Co. (first edition 1890).
- Mertens, D. (2005). *Research and evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Meyer, A.D., Tsui, A.S. y Hinings, C.R. (1993). Configurational approaches to organizational analysis. *Academy of Management Journal*, 36(6), 1175–1195.
- Neunzig, W. (2002). Estudios empíricos en traducción: apuntes metodológicos. *Cadernos de Tradução X*, 2, 75-96.
- Olmos, R.E., Sánchez, R.F., y Vera, E.A. (2014). Desarrollo de competencias emprendedoras: un análisis explicativo con estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 22, 29-53.
- Orf, D. (2005). *Estudio de situación del mercado español de servicios profesionales de traducción*. Madrid: Agrupación de Centros especializados en Traducción.
- Paswan, A., Pineda, M.D., & Ramirez, F.C. (2010). Small versus large retail stores in an emerging market—Mexico. *Journal of Business Research*, 63(7), 667-672.
- Patton, M. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. 3a. Ed. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Ragin, C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ragin, C. y Fiss, P.C. (2008). Net effcs analysis versus configurational analysis: An empirical demonstration, pp. 190-212, en: Ragin, C., *Redesigning Social Inquiry: Set Relations in Social Research*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Rihoux, B. y Ragin, C.C. (2009). *Configurational comparative methods. Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Techniques*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schneider, C.Q. y Wageman, C. (2010). Standards of good practice in Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Fuzzy-Sets. *Comparative Sociology*, 9, 1-22.
- Vande Walle, J.M. (2006). Evolutions de la profession – Attentes, espoirs, perspectives, en: Gouadec, D. (2006). *Traduire por la Web*. Actes du colloque international sur la traduction spécialisée. La Maison du Dictionnaire, 81-85.
- Van-Praag, C.M. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small Business Economics*, 21(1), 1-17.
- Woodside, A.G. (2013). Moving beyond multiple regression analysis to algorithms: Calling for adoption of a paradigm shift from symmetric to asymmetric thinking in data analysis and crafting theory. *Journal of Business Research*, 66(4), 463–472.
- Wu, P.L., Yeh, S.S., Huan, T.C. y Woodside, A.G. (2014). Applying complexity theory to deepen service dominant logic: Configural analysis of customer experience-and-outcome assessments of professional services for personal transformations. *Journal of Business Research*, 67(8), 1647-1670.

Capítulo VI. Conclusiones Finales

*«No es pot ensenyar res a un home, simplement
podem ajudar-lo a descobrir-ho per ell mateix»*
Galileo Galilei

Este último capítulo de la tesis doctoral presenta las conclusiones finales que emergen tras llevar a cabo esta extensa revisión bibliográfica que fundamenta nuestro estudio y la propuesta de investigación. En este apartado mostramos cómo cada parte contribuye a alcanzar uno de los objetivos propuestos en esta investigación, y contribuye, a su vez, a nutrir la literatura existente sobre el mercado de la traducción e interpretación, sus empresas y empresarios.

Aunque en el capítulo anterior hemos descrito las conclusiones del estudio principal, se trata de conclusiones que hacen expresa referencia al estudio empírico. Luego, creemos conveniente sintetizar y resaltar los principales hallazgos así como aportar algunas implicaciones que se deriban de esta tesis. Adicionalmente, señalaremos algunas limitaciones, así como futuras líneas de investigación que resultan a partir del trabajo realizado.

VI.1. Conclusiones finales

Con el fin de respaldar nuestro primer objetivo –analizar la relación entre las variables de análisis y la supervivencia de las empresas y de los empresarios autónomos de traducción e interpretación–, hemos considerado necesario iniciar este estudio con una revisión bibliográfica de los conceptos que envuelven las áreas que estudiamos: a) la traducción e interpretación; b) el emprendimiento, la creación y supervivencia de empresas; y c) las variables del estudio.

Esta revisión bibliográfica nos ha permitido sentar las bases de nuestra investigación y de ello, podemos concluir diciendo que:

❖ el **emprendimiento y la creación de empresas** es hoy más que nunca un motor de empuje de la economía, de la creación de conocimiento, fuente tecnológica y científica, y en definitiva, es la llave para la recuperación económica y el progreso de la humanidad;

- ❖ la **supervivencia empresarial** es esencial para el crecimiento y la recuperación de los sectores más afectados por la crisis económica;
- ❖ la supervivencia empresarial dependerá de distintos factores, que en algunos casos serán determinantes, y como hemos visto, la supervivencia es uno de los indicadores más relevantes para determinar el éxito empresarial, una meta que todo emprendedor quiere alcanzar.

Por otra parte, respecto a la revisión de la literatura sobre la **traducción y la interpretación**, podemos concluir diciendo que:

- ❖ son dos disciplinas que han evolucionado enormemente en las últimas décadas con la llegada, especialmente, de las herramientas informáticas;
- ❖ esta evolución ha transformado el perfil de los traductores e intérpretes, que ahora adoptan distintos puestos como revisor, localizador o terminólogo.

En la introducción de este trabajo también planteábamos otros tres objetivos secundarios que son:

- 1) analizar la situación actual del mercado de la traducción e interpretación, y las salidas profesionales que ofrece el mercado;
- 2) estudiar cómo se crea una empresa de traducción e interpretación y cómo se establecen los trabajadores autónomos;
- 3) examinar la oferta de formación en emprendimiento para traductores e intérpretes ya sean estudiantes universitarios o profesionales de esta área.

Para alcanzar estos objetivos hemos realizado, igualmente, una revisión bibliográfica sobre el estado actual del **mercado de la traducción e interpretación**, y hemos analizado la oferta de salidas profesionales existente, información que se recoge en el segundo capítulo y del que podemos concluir diciendo que:

- ❖ existe un amplio espectro de **salidas profesionales** en el área de la TeI;
- ❖ los traductores e intérpretes deben **especializarse** en un área pues con la gran diversidad de nuevos puestos es necesario adquirir los conocimientos y experiencia concretos, pero también la especialización en tareas;

En cuanto al segundo objetivo secundario, hemos analizado en el mismo capítulo segundo **cómo se crea una empresa** y cuáles son los **pasos a seguir** para su creación. A su vez, hemos estudiado cómo emprender como **empresario autónomo** y también hemos analizado los requisitos necesarios para establecerse. Como datos concluyentes destacamos:

- ❖ la creación de una empresa requiere de **asesoramiento** y un buen **plan de negocio** que será nuestro documento más valioso;
- ❖ el aumento de los **empresarios autónomos** o freelance, una figura que se potencia ahora más que nunca como vía para hacer frente al desempleo y fortalecer la economía de una región;

Respecto al tercer objetivo secundario que persigue estudiar la **formación en emprendimiento** para traductores e intérpretes hemos realizado, asimismo, una revisión bibliográfica que recogemos en el capítulo tercero. Tras esta revisión podemos concluir que:

- ❖ la **universidad** es la mayor **fuentes de transferencia del conocimiento** y es el instrumento más importante para el desarrollo social y económico;
- ❖ las personas pueden **aprender a emprender**;
- ❖ la **formación en emprendimiento** puede **adquirirse** a través de los programas destinados para este fin y que llevan a cabo las múltiples instituciones de educación superior;
- ❖ la formación en emprendimiento **contribuye positivamente** a generar empleo y crecimiento económico, y por ende, contribuye al **éxito empresarial**.

Esta última conclusión deriva también, tanto del estudio piloto como del estudio empírico. Por una parte, del análisis descriptivo llevado a cabo a partir de los estudios preliminares 1 y 2 -o estudio piloto, se desprende que tanto traductores e intérpretes profesiones como estudiantes de máster valoran positivamente y como necesaria la formación emprendedora pues contribuye al desarrollo de las destrezas necesarias para emprender cualquier nueva idea de negocio; y por otra parte, esto mismo se deriva de uno de los resultados del estudio empírico que concluye que la formación es un factor de capital humano determinante, e incluso en nuestro estudio hemos visto que la formación en

gestión empresarial, así como cualquier otro tipo de formación influye positivamente en que la empresa sobreviva, y en el desarrollo personal y profesional pues proporciona conocimientos y habilidades sobre la materia de estudio pero también conocimientos del mundo que nos rodea. Por último, tras revisar la literatura al respecto y tras observar empíricamente el perfil de los traductores e intérpretes, vemos que la formación en emprendimiento, bien sea universitaria bien de otro tipo, resulta sustancialmente provechosa para traductores e intérpretes pues potencia algunas habilidades que tanto los caracteriza como es la imaginación, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y una nueva acumulación de conocimiento sobre el entorno empresarial.

En cuanto al estudio piloto o los dos estudios preliminares 1 y 2 llevados a cabo podemos concluir, además, diciendo que los datos obtenidos nos han ayudado a conocer más de cerca tanto el perfil del estudiantado de máster como el profesional pues hemos, entre otras, conocido sus inclinaciones y motivaciones:

- ❖ las **especialidades** de traducción más demandadas son la traducción científico-técnica y la jurídica.
- ❖ ser autónomo **motiva** a los profesionales porque les confiere independencia, autonomía, flexibilidad, realizar su vocación y combatir el desempleo.
- ❖ los traductores e intérpretes se inclinan por las herramientas digitales, es decir el uso de **la Web 2.0 y las redes sociales** pues tanto estudiantes como profesionales las consideran muy beneficiosas para hacer networking y establecer relaciones sociales, para buscar nuevos mercados y, en definitiva, contribuyen a ampliar la cartera de clientes, los ingresos del negocio y, por ende, al éxito empresarial.

Respecto al resto de variables analizadas –de capital humano, contingentes y de inversión económica– y tras haber realizado el **estudio metodológico** con el método fs/QCA podemos concluir diciendo que esta investigación doctoral presenta un modelo que explica la supervivencia de las empresas de traducción e interpretación basado en distintas combinaciones de factores.

Hemos utilizado una metodología novedosa que se está extendiendo rápidamente, sobre todo, en las investigaciones sobre ciencias sociales y *business/management*. Así, aunque muchos investigadores han usado técnicas convencionales basadas en la varianza que analizan bases de datos lo suficientemente elevadas, en nuestro caso nos hemos basado en el análisis comparativo cualitativo *fuzzy* de una muestra de 46 empresas o traductores independientes *free-lance*. Esta técnica estadística es lo suficientemente robusta y aceptada por la academia para poder generalizar los resultados obtenidos a una muestra más grande y al total de la población. Como afirman Gigerenzer y Brighton (2009) en su estudio, conseguir una buena ligazón entre observaciones pueden no llevar a escoger un modelo que se pueda extrapolar lo suficientemente bien a la generalidad. Como además afirma Ragin (1987) el método de análisis cualitativo comparativo fs/QCA está especialmente diseñado para análisis comparativos entre países y muestras pequeñas de casos, que impiden aplicar técnicas estadísticas como regresión o correlación. La premisa básica de fsQCA es que los resultados pueden ser explicados causalmente por la combinación de factores o condiciones.

De los resultados obtenidos tras el análisis y tratamiento de los datos podemos concluir diciendo en primer lugar que todas nuestras **proposiciones** planteadas en el capítulo cuarto **se cumplen**, es decir, podemos concluir diciendo respecto al perfil de los empresarios traductores e intérpretes españoles que:

- ❖ **ni el género** del propietario **ni el tamaño** de la empresa **limitan** la supervivencia de la misma;
- ❖ en cambio, los **antecedentes empresariales** y **la inversión económica**, sí ejercen una influencia positiva en la supervivencia empresarial.
- ❖ la **formación**, el **uso de la Web 2.0** y las **redes sociales** son factores determinantes para la supervivencia de las empresas y de los empresarios autónomos del área de la Tel.

En síntesis, este estudio **ha alcanzado los objetivos** propuestos, ha validado las hipótesis planteadas y además, se ha demostrado que todas ellas se cumplen.

VI.2. Implicaciones

Finalmente, no quisiéramos concluir este trabajo sin hacer antes un llamamiento, en primer lugar, a las autoridades políticas, administrativas y académicas, para que incluyan en los currículos de las carreras universitarias la opción de poder formar en emprendimiento a sus estudiantes, una recomendación que está además en consonancia con lo establecido por las instituciones de la Unión Europea. A su vez, consideramos que todas las universidades deben integrar prácticas profesionales en empresa para dotar a los estudiantes de experiencia empresarial que les ayudará, a su vez, a especializarse.

En segundo lugar, quisiéramos que este estudio sirva como referente para todos los traductores e intérpretes que quieren emprender así como a los que ya lo han hecho. Alentamos a la comunidad de traductores e intérpretes a que utilice las herramientas que aquí proponemos para que sus empresas prosperen y para que con el tiempo, lleguemos a profesionalizar nuestro sector de tal manera que pueda finalmente crearse un Colegio de Traductores e Intérpretes en España. La información que incluimos, concretamente, en los capítulos segundo y tercero sirve a traductores e intérpretes en ciernes como manual que incluye, en primer lugar, información sobre el sector de la Tel, e información, a su vez, sobre las herramientas para el desempeño de la actividad profesional, y en segundo lugar, información sobre los pasos a seguir para la creación de una empresa o para un empresario autónomo. Esta propuesta de manual sirve, en definitiva, para dar a conocer más de cerca el sector de la Tel.

Por último, este trabajo académico pretende servir como punto de partida en el estudio de la creación y la supervivencia de empresas de traducción e interpreteación, áreas de conocimiento que combinadas todavía no han sido exploradas en España. Por lo que alentamos a otros investigadores a que continúen en esta línea de investigación y, de esta manera, podamos ampliar y transferir el conocimiento sobre esta materia.

VI.3. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Como cualquier trabajo de investigación, el presente estudio se encuentra sometido a algunas limitaciones que es importante tener en cuenta. Aunque ya hemos presentado algunas limitaciones respecto a los resultados del estudio empírico, también existen otras con respecto a futuros estudios.

En primer lugar, nos ha resultado árido encontrar datos más exhaustivos sobre la facturación total así como un sondeo más profundo del total de empresas de traducción e interpretación en España. Actualmente, carecemos de información más rigurosa sobre este mercado. La provincia de Cataluña, por ejemplo, sí ofrece detalles exhaustivos y estudios de las empresas que operan en esta provincia, con índices de facturación, y relación de total de empresas y autónomos, aunque no podemos tomar una única provincia como referente. Por lo que como futura línea de investigación, planteamos realizar un estudio cuantitativo que recoja información así como datos numéricos mucho más exhaustivos y actuales sobre este mercado. Por lo que planteamos crear una base de datos que complemente nuestra principal fuente consultada (el Instituto Nacional de Estadística).

En segundo lugar, consideramos interesante ampliar la muestra de participantes. Con un mayor número de respuestas, planteamos como una oportunidad trasladar el estudio a otros países con el fin de realizar un estudio comparado. Este estudio puede aportar una visión más global del mercado de la traducción e interpretación.

En tercer lugar, consideramos conveniente y como posible línea de investigación, evaluar qué titulaciones o máster en traducción e interpretación incluyen alguna formación en emprendimiento. Esta información, de haberla obtenido, hubiera complementado las variables de análisis sobre formación y podría medir de alguna manera la iniciativa emprendedora de los empresarios.

Finalmente, aunque hemos argumentado y justificado la importancia de la formación en emprendimiento para traductores e intérpretes, planteamos como una oportunidad desarrollar un trabajo donde demostremos a las autoridades académicas la importancia de implantar en sus currículos y planes de formación esta materia, por cuanto consideramos que puede aportar grandes beneficios a los estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

a. Bibliografía sobre Traducción e Interpretación

- ACE Traductores (1997). *El libro blanco de la traducción en España*. Madrid: ACE Traductores.
- Amato, A. y Mead, P. (2002). *Interpreting in the 21st Century: What lies ahead. Summary of the closing panel discussion*. En Garzone, G. y Viezzi, M. (eds.). *Interpreting in the 21st Century. Challenges and Opportunities*. (pp. 295-301). Philadelphia: Benjamins Translations Library.
- Ambadiang, T.O. (2009). *Cultura lingüística, derechos lingüísticos e integración sociocultural*. En *La pluralidad lingüística: Aportaciones sociales, culturales y formativas*. Serie Humanidades. Madrid: Ministerio de Educación Cultura y Deporte, Subdirección General de Información y Publicaciones.
- Andres, D. (2012). *History of Interpreting*. The Encyclopedia of Applied Linguistics. Oxford Wiley-Blackwell.
- Aneca (2004). Libro blanco: *Título de grado en traducción e interpretación*. Ministerio de Educación.
- Arealillo Doval, J.J. (2003a). La gestión de proyectos en el ámbito de la traducción empresarial. En: Corpas Pastor, G. y Varela Salinas, M.J. (eds.). *Entornos informáticos de la traducción profesional: las memorias de traducción*, pp. 5-46. Granada: Atrio.
- Arealillo Doval, J.J. (2003b). Las tecnologías de la traducción: aspectos profesionales. En: Corpas Pastor, G. y Varela Salinas, M.J. (eds.). *Entornos informáticos de la traducción profesional: las memorias de traducción*, pp. 237-263. Granada: Editorial Atrio.
- Arrés, E. (2011). Nuevas perspectivas profesionales y perfiles interdisciplinares, en *II Encuentro de Traductores e Intérpretes profesionales en Málaga, 2011*. URL: <http://es.slideshare.net/earres/nuevos-perfiles-profesionales-del-traductor-2011>
- Austermühl, F. (2001). *Electronic tools for translators*. Manchester, UK y Northampton, MA: St Jerome Publishing.
- Baigorri J. (2003). La investigación en historia de la interpretación de conferencias. En Ortega Arjonilla, E. (ed), *Panorama actual de la investigación en traducción e interpretación, 1*, 341-356, Granada: Comares.
- Baigorri, J. (2004a). *De Paris à Nuremberg: Naissance de l'interprétation de conférence*. Ottawa : Presses de l'Université d'Ottawa.
- Baigorri, J. (2004b). *Interpreters at the United Nations: A History*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Ballard, M. (1992). *De Cicéron a Benjamin. Traducteurs, traductions, réflexions*. Lille: Presses Universitaires de Lille.
- Bastin, G. (2008). Retour aux sources, en *Traduire : Un métier d'avenir. Colloque du 50^e anniversaire de l'ISTI, 14-15 octobre 2008, 1*(35-49). Les Éditions du Hazard: Collection Traductologie.
- Benjamin, W. (1923). *La tarea del traductor*. Madrid: Iluminaciones, Taurus.
- Bermúdez-Bausela, M. (2014). Aplicación de las herramientas de traducción asistida por ordenador (TAO) a la investigación en traducción. *Estudios de Traducción, 4*, 129-143.
- Bowker, L. (2002). *Computer-aided translation technology. A practical introduction*. Ottawa: University of Ottawa Press.
- Burawoy, M. (2004). Public sociologies: Contradictions, dilemmas, and possibilities. *Social Forces, 82*(4), 1603-1618. Disponible en URL : http://mtw160-198.ippl.jhu.edu/login?auth=0&type=summary&url=/journals/social_forces/v082/82.4burawoy.pdf (10 julio 2014).
- Cáceres Würsig, I. (2004). Breve historia de la secretaría de interpretación de lenguas. *Meta 49*(3), 609-628.

- Campos-Plaza, N.A. y Ortega-Arjonilla, E. (2005). *Panorama de lingüística y traductología. Aplicaciones a los ámbitos de la enseñanza del francés/lengua extranjera y de la traducción (francés-español)*. Granada: Atrio.
- Cancio-Pastor, C. (1995). *La traduction professionnelle en France. Approche du domaine hispanique*. Tesis doctoral Villeneuve d'Ascq: Presses Universitaires du Septentrion.
- Cano Mora, V. (2000). La profesión del traductor: los primeros pasos. *Aproximaciones a la traducción*. URL: <http://cvc.cervantes.es/lengua/aproximaciones/mora.htm>
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. Translated by Higgs, H. (1931). Oxford: Oxford University Press.
- Cao, D. y Zhao, X. (2008). Translation at the United Nations as specialized translation. *The Journal of Specialised Translation*, 9,
- Carsten, S. (2002). What are the objectives in the curriculum design of an interpreting and translation programme?. Training the language service provider for the new
- Castilho Pais, C. (2003). *Aspectos de la traducción oral en Portugal en el siglo XVI*. En Sabio-Pinilla, J.A. y Valencia, M.D. (eds). *Seis estudios sobre la traducción en los siglos XVI y XVII, (169-198)*. Granada: Comares.
- Catford, J.C. (1965). *A linguistic theory of translation: An essay in applied linguistics*. London: Oxford University Press.
- Catford, J.C. (1970). *Una teoría lingüística de la traducción: Ensayo de lingüística aplicada*. Caracas: Universidad de Venezuela.
- Cheung M.P.Y. (2006). *An anthology of Chinese discourse on translation. Volumen 1: from earliest times to the Buddhist project*. Brooklands: St. Jerome Publishing.
- Collados-Aís, Á. y Fernández-Sánchez, M. (2001). *Manual de interpretación bilateral*. Granada: Comares.
- Comisión Europea (2011). Libro blanco de la traducción y la interpretación institucional. Dirección General de Traducción y Representación de la Comisión Europea en España. URL: http://ec.europa.eu/spain/pdf/libro_blanco_traducccion_es.pdf
- Contreras, J.P. (1999). *Fonaments de la localització de software*. Trabajo de investigación de doctorado. Departament de Traducció i d'Interpretació. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Contreras, J.P. (2002). El mercado laboral en el sector de la localización. En: Amparo Alcina Caudet, y Silvia Gamero Pérez (eds.). *La traducción científico-técnica y la terminología en la sociedad de la información*. Castelló: Universitat Jaume I.
- Corpas, G.P. (2001). Compilación de un corpus ad hoc para la enseñanza de la traducción inversa especializada. *TRANS: revista de traductología*, 5, 155-184.
- Cruz García, L. (1995). Alcance y fronteras de la traducción. En *Actas de V Encuentro de Jóvenes Hispanitas*, Las Palmas de Gran Canaria.
- D'Hulst, L. (2001). Why and how to write translation histories?. En Milton, J. (éd.). *Emerging views on translation history in Brazil, Sao Paulo. Humanitas-FFLCH-USP, CROP 6*, 21-32.
- Dam, H.V. y Zethsen, K.K. (2008). Translator status: A study of Danish company translators. *Translator*, 14(1), 71-96.
- Dam, H.V. y Zethsen, K.K. (2009). Who said low status? A study of factors affecting the perception of translator status. *JoSTrans. The Journal of Specialised Translation*, 12(1), 1-35.
- Davico, G. (2005). *L'industria della traduzione. Realtà e prospettive del mercato italiano*. Torino: Edizioni SEB 27.

- Delisle, J. (1980). L'analyse du discours comme méthode de traduction. *Cahiers de Traductologie*, 2. Ottawa: Éditions de l'Université d'Ottawa. (*Translation: An interpretative approach*. Ottawa: University Press, 1988).
- Delisle, J. (2003). *La historia de la traducción: su importancia para la traductología y su enseñanza mediante un programa didáctico multimedia y multilingüe*. (Trad. del francés por Anna María Salvetti. *Íkala* 8(14), 221-235).
- Delisle, J. y Woodsworth, J. (2005). China: Importing knowledge through translation. En J. Delisle y J. Woodsworth, *Translators through history* (pp. 98-99). Amsterdam: John Benjamins B.V.
- Delisle, J. y Woodsworth, J. (2005). *Los traductores en la historia*. Antioquía: Universidad de Antioquía.
- Demers, G. (2003). L'interprétation en Colombie-Britannique à l'époque des explorations par voie terrestre et de la traite des fourrures dans les comptoirs (1973-1846), *TTR* XVI-2, 15-44.
- Dubois, L., Leblanc, M. y Malaboza, S. (2007). Translation studies: A gateway to understanding language ideologies and social categorization. Ponencia en el Quinto Congreso de la EST "Why Translation Studies Matter", Lubliana (Eslovenia), Lubliana (Eslovenia), 3-6 de septiembre de 2007.
- Durand, J.P. (2004). *La chaîne invisible. Travailler aujourd'hui: flux tendu et servitude volontaire*. Paris: Éditions du Seuil.
- Escobar, J. (1993). *Aproximación a la situación actual de la traducción y la interpretación*. Madrid: Instituto Cervantes.
- Escobar, J. (1998). La traducción y la interpretación en español. *El Español en el Mundo. Anuario del Instituto Cervantes, 1998*. URL:
- European Commission (2000). *Final Evaluation of the Multi-Lingual Information Society Programme (MLIS)*. Final Report. ECOTEC Research & Consulting Limited.
- European Commission (2008). *New skills for new jobs: Anticipating and matching labour market and skills needs. COM(2008)868 final*. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:em0012>
- European Commission (2010). *Translation at the European Commission – a history*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. URL: <https://termcoord.files.wordpress.com/2013/05/here1.pdf>
- European Commission (2012). *Studies in translation and multilingualism. The status of the Translation Profession in the European Union*. Final Report.
- European Commission (23 de septiembre de 2008). Translation – DG providing high-quality written translations and linguistic advice – our daily mission. *European Commission Press Release Database*. Memo/08/579. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-08-579_en.htm?locale=en
- European Commission. Memo/06/173. La traducción en la Comisión: ¿cuál es la situación dos años después de la ampliación? *European Commission Press Release Database*, Bruselas, 27/04/2006. http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-06-173_es.htm?locale=en
- European Commission. Memo/08/579. Translation – DG providing high-quality written translations and linguistic advice – our daily mission. *European Commission Database*. Brussels, 23/09/2008. [http://europa.eu/rapid/press-release MEMO-08-579_en.pdf](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-08-579_en.pdf)
- Fernández, M. y Orf, D. (2010). Radiografía del sector de la traducción en España. Datos de 2008/2009. URL: <http://www.ugr.es/~estsemi/archivos/PRES2.pdf> Consultado el 10/03/2015.
- Fernández-Miranda, E. (1996-1997). La traducción en las instituciones europeas y en las organizaciones internacionales. *Hieronymus Complutensis*, 4-5, 87-100.
- Fernández-Miranda, E., Sánchez, M.J., Escobar, J., Domínguez, G. y Vega, M.Á. (1996). El mercado de la traducción: tipos de traducción y tipos de traductores. *Hieronymus Complutensis*, 4-5, 131-141. URL: http://cvc.cervantes.es/lengua/hieronymus/pdf/04_05/04_05_131.pdf

- Florido, I. (1995). Un ensayo para nuevas salidas profesionales para el traductor-intérprete. Nuevas exigencias de formación y especialización. *Revista de lenguas para fines específicos*, 2.
- Gaiba, F. (1998). *The origins of simultaneous interpretation: The Nuremberg Trials*. Ottawa: Presses de l'Université d'Ottawa.
- Gambier, Y. y Doorslaer, L. (2009). *The metalanguage of translation*. Amsterdam: John Benjamins.
- Gambier, Y. y Doorslaer, L. (2010). *Handbook of translation studies*. Vol. 1. Amsterdam: John Benjamins.
- Gambier, Y., Gile, D. y Taylor, C. (1997). Conference interpreting: Current trends in research. Proceedings of the International Conference on Interpreting: What do we know and How. Turku, August 25-27, 1994. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publications.
- García Requena, C. (2000). *La traducción freelance y las agencias de traducción: diferentes opciones*, en Kelly, D. (ed.). *La traducción e interpretación en España hoy: perspectivas profesionales*. Granada: Editorial Comares.
- García Yebra, V. (1982). *Teoría y práctica de la traducción*. Madrid: Gredos.
- García Yebra, V. (1994). *La traducción. Historia y teoría*. Madrid: Gredos.
- García-Izquierdo, I. y García-de-Toro, A.C. (2005). *Experiencias de traducción: reflexiones desde la práctica traductora*, pp. 93-120. Universitat Jaume I. Servicio de Comunicación y Publicaciones.
- Gieure, C. (2011). *El traductor emprendedor: una perspectiva española*. (Memoria de Máster inédita). Universidad de Alicante. Alicante. URL: <http://dti.ua.es/va/documentos/pdf/treballs-final-de-master/treballs-setembre-2011/clara-gieure.pdf>
- Gile, D. (1983). Des difficultés de langue en interprétation simultanée. *Traduire*, 117.
- Gile, D. (1985). L'interprétation de conférences et la connaissance des langues : quelques réflexions. *Meta*, 30(4),
- Gile, D. (1991). *Guide de l'interprétation à l'usage des organisateurs de conférences internationales*. Ministère de la francophonie et générale à la Française.
- Gile, D. (1995). Regards sur la recherche en interprétation de conférence. Presse Universitaires de Lille.
- Golden, S., Hurtado Albir, A. y Piqué, R. (1992). La traducció i la interpretació a Catalunya. *Noves SL*, 17, 14-17.
- González, R.D., Vasquez, V.F, y Mikkelsen, H. (1991). *Fundamentals of court interpretation. Theory, policy and practice*. University of Arizona. Summer Institute for Court Interpretation Series. Durham: Carolina Academic Press.
- Gouadec, D. (1989). *Le traducteur, la traduction at l'entreprise*. Paris: Afnor.
- Gouadec, D. (2002). *Profession: Traducteur*. Paris : La Maison du Traducteur.
- Gouadec, D. (2002b). Professionaliser, in *Actes du huitième université d'été en traduction*. Rennes: Université de Rennes, 217-246.
- Gouadec, D. (2003). Notes on translation training (replies to a questionnaire). En Pym, A., Fallada, C., Biau, J.R. y Orenstein, J. (eds.) *Innovation and E-learning in Translator Training Reports on Online Symposia*, Tarragona (Spain): Intercultural Studies Group, Universitat Rovira I Virgili, 11-19. URL: http://isg.urv.es/library/papers/innovation_book.pdf (Consultado: 15.3.2015).
- Gouadec, D. (2005a). Modélisation du processus d'exécution des traduction. *Meta*, 50(2), 643-655.
- Gouadec, D. (2005b). Modèle unifié d'exécution de prestations des traduction/traducteur avec applications à la pratique professionnelle et à la formation des traducteurs. *Meta*, 50(4), CD-ROM, 15 páginas.
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Gouadec, D. (2007). *Translation as a profession*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.

- Handi, E., Fernández, M., Fiol, C., Garrido, R., González, L., Mantecón, A., Ortigosa, M.D., Plaza, S., Navaza, B. y Valencia, L. (2010). *Libro Blanco de la traducción y la interpretación institucional. Conocer para reconocer*. Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Hansen, E.L. (1995). Entrepreneurial networks and new organisation growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4): 7-19.
- Harris, B. (1976). The importance of natural translation. *Working paper in Bilingualism*, 12, 96-114.
- Harris, B. (1980). How a three-year-old translates. Patterns of bilingualism. *RELC Anthology Series*, 8, National University of Singapore Press, pp. 370-393.
- Harris, B. y Sherwood, B. (1978). *Translating as an innate skill*. En Gerver, D. y Sinaiko, W. (eds.) *Language, interpretation and communication*. (pp. 155-170). Oxford y Nueva York: Plenum Press.
- Hatim, B. y Mason, I. (1990). *Discourse and the translator*. London: Longman.
- Hatim, B. y Mason, I. (1995). *Teoría de la traducción. Una aproximación al discurso*. Barcelona: Ariel.
- Hatim, B. y Mason, I. (1997). *The translator as communicator*. London: Routledge.
- Hébert-Malloch, L. (2004). What do we know about a translator's day. *Meta*, 49(4), 973-979.
- Hermann, A. (1956/2002) Interpreting in Antiquity. En Pöchhacker, F. y Shlesinger, M. (eds.). *The Interpreting Studies Reader*. London/New York: Routledge, 15-22.
- Hermans, J. y Lambert, J. (1998). From translation markets to language management: The implications of translation services. *Target*, 10(1), 113-132.
- Hernández-Morales, A. (16 de abril de 2010). La Unión busca a los intérpretes y traductores de la Europa de mañana. *El Mundo*. Recuperado de http://www.elmundo.es/elmundo/2010/04/16/union_europea/1271432785.html
- House, J. (1977). *A Model for Translation Quality Assessment* (en inglés). Tübinga: Gunter Narr.
- Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y Traductología. Introducción a la traductología*. Madrid: Cátedra.
- Jakobson, R. (1959). *On linguistic aspects of translation*. En Brower, R.A. (ed.). *On Translation*. Harvard: Harvard University Press.
- Jenner, J. y Jenner, D. (2010). The entrepreneurial linguist. The business school approach to freelance translation. *Twin Translations*: El Press.
- Jiménez, A. (1999). *La traducción a la vista: Un análisis descriptivo*. Tesis doctoral, Facultad de Ciències Humanes i Socials, Universitat Jaume I. Disponible en URL: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10564/jimenez-tdx.pdf?sequence=1>
- Kelly, D. (2000). *La traducción y la interpretación en España hoy: Perspectivas profesionales*. Colección Interlingua, 13. Granada: Comares.
- Kelly, D. (2004). La investigación sobre formación de traductores: algunas reflexiones y propuestas. *Panorama actual de la investigación en traducción e interpretación*. Granada; Atrio.
- Kiraly, D. (2000). *A social constructivist approach to translator education: Empowerment form theory to practice*. Manchester: St. Jerome.
- Kurz, I. (2004). *Dolmetschen beim Tokioter Kriegsverbrecherprozess*. En Müller, I. (Ed.), Und siebewegt sich doch. Translationswissenschaft in Ost und West: Festschrift für Heidemarie Salevsky zum 60. Geburtstag (197-206). Frankfurt : Peter Lang.
- Kussmaul, P. (1995). *Training the translator*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing
- Kuznik, A. (2010). *El contenido de los puestos de trabajo de los traductores: El caso de los traductores internos en las empresas de traducción de Barcelona*. Tesis doctoral inédita. Departament de Traducció i d'Interpretació. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Kuznik, A. (2011). Puestos de trabajo híbridos. Cuatro indicadores del carácter heterogéneo de los puestos de trabajo internos en traducción. *Sendebarr*, 22, 283-307.

- Ladmiral, J.R. (1995). La traductologie : de la linguistique à la philosophie. Thèse d'habilitation à diriger des recherches soutenue à l'Université de Paris X-Nanterre, 21 janvier 1995.
- Ladmiral, J.R. (1995a). Traduire, c'est-à-dire...Phénoménologies d'un concept pluriel. *Meta*, 40(3), 409-420.
- Larbaud, V. (1946). *Sous l'invocation de Saint Jérôme*. Paris : Gallimard .
- Lebtahi, Y. y Ibert, J. (2000). Traducteurs dans la société de l'information. Evolutions et interdépendances. *Meta*, 49(2), 221-235.
- Lederer, M. (1973). La traduction –transcoder ou réexprimer?. *Études de Linguistique Appliquée*, 24, 1341.
- Lederer, M. (1981). *La traduction simultanée*. Paris: Minard.
- Lederer, M. (1994). *La traduction aujourd'hui. Le modèle interprétatif*. Paris: Hachette.
- León, M. (2000). *Manual de interpretación y traducción*. Madrid: Luna Publicaciones.
- Lépinette, B. y Melero, A. (2003). Historia de la traducción. *Quaderns de Filologia, IV*, 312. Valencia: Universitat de València.
- Liyanage, C., Elhag, T., Ballal, T. y Li, Q. (2009). Knowledge communication and translation – a knowledge transfer model. *Journal of knowledge management*, 13(3), 118-131.
- López Sánchez, R. (2014). Guía básica de *software* para traductores. Consulta el 21.06.2013, en URL: <http://jugandoatraducir.files.wordpress.com/2012/11/guiasoftware.pdf>.
- Lozano, R. (2000-2003). *Vademécum del traductor*. URL: <http://www.rlozano.com/vademecum.php>
- Lozano-Argüelles, C. (2011). *Estudio de mercado sobre la traducción en España*. (Trabajo de fin de grado inédito: Universidad de Salamanca).
- Marinas, J.M. (2010). Estudio. Situación de la actividad de la traducción editorial. En *Libro Blanco de la traducción editorial en España (2010)*. Ministerio de Cultura. URL: http://www.cedro.org/files/libro_blanco_acett_2010.pdf
- Markic, J. (2009). El papel de la tracción y la interpretación en el mundo pluricultural y plurilingüe actual. En *La pluralidad lingüística: Aportaciones sociales, culturales y formativas*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Subdirección General de Información y Publicaciones.
- Matamala, A. (2005). La estación de trabajo del traductor audiovisual: herramientas y recursos. *Cuadernos de Tradução*, 2(16), 251-268.
- Mayafré, J. (1991). *Llengua de tribu i llengua de polis: Bases d'una traducció literaria*. Barcelona: Quaderns Crema
- Mayoral, A. (2001). *Aspectos epistemológicos de la traducción*. Castellón de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- Mikkelson, H. (1996). Community interpreting: An emerging profession. *Interpreting: International Journal of Research and Practice in Interpreting*, 1(1), 125-129.
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2004). *Guía de oportunidades profesionales para traductores e intérpretes en organismos internacionales*. [e-book] Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, pp. 1-51.
- Morón, M.M. (2010). Perfiles profesionales en Traducción e Interpretación: análisis DAFO en el marco de la sociedad multilingüe y multicultural. *La linterna del traductor, Revista multilingüe de Asetrad*, 4, Panorama.
- Mounin, G. (1963). *Les problèmes théoriques de la traduction*. Paris : Gallimard.
- Muegge, U. (2012) Cloud-based translation memory tools are changing the way translators work and train. *The Big Wave of Language Technology (1)3*. URL: http://works.bepress.com/uwe_muegge/76.

- Muñoz Martín, R. (1993). *A cognitive theory of professional translations*. Tesis doctoral, Berkeley: Universidad de California, Diss. Abstracts International.
- Navas, C. y Palomares, R. (2002). An approach of the Spanish translation market on the Internet. *ForeignWord*. URL: <http://www.foreignword.com/Articles/Palomares/default.htm>
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. London: Prentice Hall.
- Nida, E. (1964). *Toward a Science of Translation with Special Reference to Principles and Procedures involved in Bible Translation*. London: Leiden.
- Nida, E.A. (1964). *Towards a science of translating, with special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Leiden: E.J. Brill.
- Nida, E.A. (1969). Science of translation. *Language*, 45, 483-498.
- Nida, E.A. y Taber, Ch. (1969). *The theory and practice of translation*. Leiden: E.J. Brill.
- Nida, E.A. y Taber, Ch. (1986). *La traducción: Teoría y práctica*. Madrid: Cristiandad.
- Nóbrega, M. (2008). La traducción en las Naciones Unidas: la Torre de Babel a orillas del East River. En *Traducción: contacto y contagio, Actas del III Congreso Internacional «El español, lengua de traducción» de 12 a 14 de julio, 2006. Puebla: México*. Madrid: Esletra, 135-142.
- Oliver, A., Moré, J. y Climent, S. (2007). *Traducción y tecnologías*. Barcelona: UOC.
- Orf, D. (2005). *Estudio de situación del mercado español de servicios profesionales de traducción*. Madrid: Agrupación de Centros especializados en Traducción.
- Ortega y Gasset, J.O. (1983). *Miseria y esplendor de la traducción: [Spanisch-Deutsch]*. Dt. Taschenbuch-Verlag.
- Ortega, J.M. (2010). *Interpretar para la justicia*. Granada: Comares.
- Pascual-Brotons, N. (2015). La intervención del traductor-intérprete en la intercepción de telecomunicaciones en el ámbito policial español: situación actual y propuestas de mejora. (Memoria de Grado inédita). Universidad de Alicante. Alicante. URL: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/49366/1/TFG_Noelia-Pascual-Brotons.pdf
- Pérez-González, L. (2010). Ad-hocracies of Translation Activism in the Blogosphere. En Maeve Olohan, M. and Calzada Pérez, M. (eds) *Text and Context, Essays on Translation and Interpreting in Honour of Ian Mason*. Manchester: St Jerome, 259-87.
- Phillips, M. (1996). *La profesión del traductor e intérprete autónomo: aspectos técnicos. Simposio internacional sobre traducción española e inglesa*. Salford: Instituto de Estudios Europeos de la Universidad de Salford y Manchester, Instituto Cervantes.
- Phillips, M. (2000). *La profesión del traductor e intérprete autónomo: aspectos técnicos*, en Aproximaciones a la traducción, Centro Virtual Cervantes. URL: <http://cvc.cervantes.es/lengua/aproximaciones/phillips.htm>
- Piqué I Huerta, R. (2005). La importancia de les memories de traducció en els processos traductius automatitzats. *Llengua i ús. Revista Técnica de Normalització Lingüística*, 21-26.
- Poblet, M.F. (2009). La corrección de textos: qué es y para qué sirve. *La linterna del traductor*, 1, 12-16.
- Presas, M. (2000). Bilingual competence and translation competence. En Schäffner, C. y Adab, B. (eds.). *Developing Translation Competence*, (pp. 19-31). Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Publications.
- Pym, A. (2000). *Negotiating the frontiers: Translators and intercultural in Hispanic history*. Manchester: St. Jerome.
- Pym, A., Grin, F., Sfreddo, C. y Chan, A.L. (2012). *The status of the Translation Profession in the European Union*. Directorate General Translation (DGT) European Commission. URL: http://isg.urv.es/publicity/isg/projects/2011_DGT/tst.html

- Quesnel-Bédard, A. (1976). L'agence de traduction. *Meta*, 21(1), 77-80.
- Rabadán, R. (1991). *Equivalencia y traducción: problemática de la equivalencia transléctica inglés-español*. Universidad de León.
- Ramírez Bellerín, L. (2004). *Manual de traducción chino-castellano*. Barcelona: Gedisa.
- Risku, H. (2002). Situatedness translation studies. *Cognitive Systems Research*, 3(3), 523-533.
- Risku, H. (2006). Cooperation and quality assurance in technical translation projects. *Language at Work – Bridging Theory and Practice*, 1, 15-19.
- Risku, H. (2007). The role of technology in translation management. En: Gambier, Y., Shlesinger, M., y Stolze, R. (eds.) Doubts and directions in translation studies. Selected contributions from the EST Congress, Lisbon 2004. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 85-98.
- Risku, H. y Dickins, An. (2009). Translators as networkers. En Dam, H.V. y Zethsen, K.K. (eds.) Translation Studies. Focus on the Translator, Hermes. *Journal of Language and Communication Studies* (special issue), 49-70.
- Risku, H. y Wimmer, P. (2006). Integrating technical communication into strategic information management. *tcworld*, 6/2006, 17-19.
- Risku, H., Dickinson, A. y Pircher, R. (2007). Intellectual capital in modern society. Knowledge management in translation studies. Ponencia en el Quinto Congreso de la EST "Why translation studies matter", Lubiana (Eslovenia) 3-6/09/2007.
- RITAP - Red de Intérpretes y Traductores de la Administración Pública (2011). *Libro Blanco de la traducción y la interpretación institucional. Conocer para reconocer*. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Robinson, D. (1997). *Becoming a translator: An accelerated course*. London: Routledge.
- Roland, R.A. (1982). *Translating world affairs*. Jefferson, NC: McFarland.
- Roland, R.A. (1999). *Interpreters as diplomats. A diplomatic history of the role of interpreters in World Politics*. Ottawa: University of Ottawa Press.
- Salevsky, H. (1993). The distinctive nature of interpreting studies. *Target*, 5(2), 149-167.
- Santoyo, J.C. (1987). *Teoría y crítica de la traducción: Antología*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Santoyo, J.C. (1999). *Historia de la traducción: Quince apuntes*. León: Universidad de León.
- Santoyo, J.C. (2006). *Blanks in translation history*. En Bastin, G.L. y Bandia, P. (eds.), *Translation and the future of history*, (11-43). Ottawa : University of Ottawa Press.
- SCIC Comisión Europea - Interpretación. Consultado el 25 mayo 2013 en: http://ec.europa.eu/dgs/scic/index_es.htm
- Seleskovitch, D. (1968). *L'interprète dans les Conférences Internationales: Problèmes de language et de communication*. Paris: Lettres Modernes.
- Seleskovitch, D. (1978). *Interpreting for international conferences*. Washington, D.C.: Pen and Booth.
- Seleskovitch, D. y Lederer, M. (1984). *Interpréter pour traduire*. Traductologie 1. Paris: Didier (Érudition).
- SFR Société Française des Traducteurs (2005). *Résultats de l'enquête menée sur la situation des traducteurs salariés anciens élèves de l'ESIT*. URL : <http://www.sft.fr>
- Shackman, J. (1984) *The Right to be understood: A handbook on working with employing and training community interpreters*. Cambridge: National Extension College.
- Steiner, G. (1975). *After Babel. Aspects of language and translation*. Oxford: Oxford University Press.
- Steiner, G. (1980). *Después de Babel*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

- Stelmaszak, M. (2014). *Business guide for translators*. Disponible en <http://wantwords.co.uk/school/business-checklist-book-translators/>
- Susam-Sarajeva, Ş. (2010). Whose “Modernity” is it Anyway? Translation in the Web-Based Natural-Birth Movement in Turkey. *Translation Studies*, 3(2), 231-45.
- Takeda, K. (2008). Interpreting at the Tokyo war crimes tribunal. *Interpreting*, 10(1), 65-83.
- Torikai, K. (2009). *Voices of the invisible presence*. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Publications.
- Torre, E. (1994). *Teoría de la traducción literaria*. Madrid: Síntesis.
- Tyler, A.F. (1791). *Essay on the principles of translation*. London: J.A. Dent & Co.; New York: E.P. Button & Co.
- Valenta, H. (2002). Cómo llegué a crear mi propia empresa de traducción. *UniversiaScience* URL: <http://nextwave.universia.net/salidas-profesionales/mtic/MTIC5.htm>
- Valero-Garcés, C. (2000). Translating as an academic and professional activity. *Meta*, 45(2), 378-383.
- Valero-Garcés, C. (2001). El mediador interlingüístico en los servicios públicos: ¿nuevos principios éticos para nuevas realidades?. *Ultimas corrientes teóricas en los Estudios de Traducción*, 819-829. Salamanca: Servicio de Publicaciones de la Universidad.
- Valero-Garcés, C. y de la Cruz-Cabanillas, I. (2001). *Traducción y nuevas tecnologías. Herramientas auxiliares del traductor*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones.
- Valero-Garcés, C. y Martín, A. (2008). *Crossing borders in community interpreting: Definitions and dilemmas*. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Translation Library.
- Vega, M.A. (1994). *Textos clásicos de la teoría de la traducción*. Madrid: Cátedra.
- Vega, M.A. (1996). Apuntes socioculturales de Historia de la Traducción: del Renacimiento hasta nuestros días. *Hieronymus Complutensis*, 4-5, 71-85.
- Vega, M.A. (1996). Hacia una recalificación del perfil del traductor. *Hieronymus Complutensis*, 3, pp. 42-50.
- Vega, M.A. (2008). Lo biográfico en la historiografía de la traducción, en *Traduire: Un métier d'avenir, Colloque du 50^e anniversaire de l'ISTI*, (2)87-113.
- Vinay, J.P. y Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français de de l'anglais. Méthode de traduction*. París: Didier.
- Wang, K. y Fan, S. (1999). Translation in China: A motivating force. *Translators' Journal*, 44(1), 7-26.
- Woodsworth, J. (1998). *History of translation*. En Baker, M. (ed.) 100-105.
- Zhong, W. (2007). *The power of translation: Translation as a catalyst for social changes in China*. (Tesis doctoral). Shanghai Internacional Studies: Universty of Shanghai.

b. Bibliografía sobre Emprendimiento y Creación de Empresas

- Acs, Z.J. (1999). Small firm innovation and public policy. *Science Policy*, 26(4), 247-258.
- Acs, Z.J. y Armington, C. y Zhang, T. (2007). The determinants of new-firm survival across regional economies. The role of human capital stock and knowledge spillover. *Papers in Regional Science*, 86(3), 367-391.
- Acs, Z.J. y Audrestch, D.B. (2003). Innovation and technological change. En Acs, Z.J. y Adrestch, D.B. (Eds.). *Handbook of Entrepreneurship Research*, Boston: Kluwer Academic Publishers, 55-79.
- Acs, Z.J. y Audrestsch, D.B. (eds.)(2003). *Handbook of Entrepreneurship Research: An interdisciplinary survey and introduction*. Boston, MA: Kluwer Academic Publishers, International Handbook Series on Entrepreneurship, 560pp.
- Agarwal, R. (1998). Small firm survival and technological activity. *Small Business Economics*, 11(3), 215-224.
- Ahlin, B., Drnovsek, M. y Hisrich, R.D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: the moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, 43(1), 101-117.
- Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through Social Networks. *The Art and Science of Entrepreneurship*. New York: Ballinger.
- Aldrich, H., Rosen, B. y Woodward, W. (1986). Social behaviour and entrepreneurial networks. En *Frontiers of Entrepreneurship Research* (ed. by Ronstadt, Hornaday et. al., Wellesly, MA: Centre for Entrepreneurial Studies, Babson College (pp. 239-240).
- Aldrich, H., Rosen, B. y Woodward, W. (1987). The impact of social networks on business foundings and profit: A longitudinal study. En Churchill, N., Hornaday, J., Kirchoff, B., Krasner, O., Vesper, K. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA (pp. 154-68).
- Alonso-Nuez, M.J. y Galve-Górriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales* 26, 5-44
- Ambadiang, T.O., Aparicio, M.G., Arroyo, F., Buitrago, M.G., De Miguel, E.A., Garrido, J.M., Markic, J., Moreno, J.C. y Payrató, L.G. (2009). *La pluralidad lingüística: aportaciones sociales, culturales y formativas*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Secretaría General Técnica.
- Anna, A.L., Chandler, G.N., Jansen, E. y Mero N.P. (1999). Women business owners in traditional and non-traditional industries, *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., y Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Argyris, C. (1976). *La dirección y el desarrollo organizacional: el camino de XA a YB*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo.
- Asensio del Arco, E. y Vázquez Blömer, B. (2009). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. Paraninfo, Ciclos Formativos. Madrid: Ediciones Nobel.
- Atayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33, 481-500.
- Audrestch, D.B. y Mahmood, T. (1995). New firm survival: New results using a hazard function. *Review of Economics and Statistics*, 76, 97-103.
- Audrestch, D.B. y Thurik, A.R. (2000). *What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies*. ERIM Report Series Research in Management. Erasmus Research Institute of Management (ERIM), Erasmus University of Rotterdam.
- Audrestsch, D.B. (1991). New-firm survival and the technological regime. *The Review of Economics and Statistics*, 72, 441-450.
- Audrestsch, D.B. (1995). *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Audrestsch, D.B. (2002). Entrepreneurship: A survey of the literature for the European Commission, Enterprise Directorate General (July) URL: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=1837.

- Audretsch, D.B. (2004). The entrepreneur and starting up new R&D&I businesses: Introduction, in Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, V.R., de la Torre, A. y Cerver, E. (eds). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, 27-31, Valencia: Universitat de València.
- Audretsch, D.B. (2005). Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 441-457.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship capital and regional growth: An evolutionary interpretation. *Journal of Evolutionary Economics*, 14(5), 605-616.
- Augustine, N. (2006). *The Committee on Prospering in the Global Economy of the 21st Century, "Rising Above the Gathering Storm: Energizing and employing America for a brighter economic future"*. Technical report, National Academies.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., y Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- Barney, J.B. (1997). *Gaining and sustaining competitive advantages*. New York: Addison-Wesley.
- Bates, T. (2002). Restricted access to market characterizes women-owned businesses. *Journal of Business Venturing*, 17(4), 313-24.
- Béchar, J.P., y Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship education research revisited: The case of higher education. *Academy of Management Learning & Education*, 4, 22-43.
- Bhola, R., Verheul, I., Thurik, R. y Grilo, I. (2006). *Explaining engagement levels of opportunity and necessity entrepreneurs*. EIM Business and Policy Research, H200610.
- Birch, D.L. (1979). *The job generation process*. Cambridge (MA), MIT.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Birley, S. (1985). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1, 107-117.
- Birley, S. (1987). New ventures and employment growth. *Journal of Business Venturing*, 2(2), 155-165.
- Birley, S. (1989). Female Entrepreneurs : Are They Really Different?. *Journal of Small Business Management*, 27(1), 32-37.
- Blake, M.K. (2006). Gendered lending: Gender, context and the rules of business lending. *Venture Capital*, 8(02), 183-201.
- Blázquez, F., Dorta, J.A. y Verona, M.C. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, 16(28), 43-56.
- Blum, T.C., Fields, D.L., y Goodman, J.S. (1994). Organization-level determinants of women in management. *Academy of Management journal*, 37(2), 241-268.
- BOE (2013). Ley Orgánica 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. *BOE*, 233 (28 de septiembre de 2013): 1-90.
- Bönte, W. y Piegeler, M. (2013). Gender gap in latent and nascent entrepreneurship: Driven by competitiveness. *Small Business Economics*, 41(4), 961-987.
- Brenner, O.C., Pringle, C.D., y Greenhaus, J.H. (1991). Perceived fulfillment of organizational employment versus. *Journal of Small Business Management*, 29(3), 62.
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk-taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Brockhaus, R.H. y Horwitz, P.S. (1986). The psychology of the entrepreneur. En *The Art and Science of Entrepreneurship*, pp. 25-48.

- Brüdel, J., Preisendörfer, P. y Ziegler, R. (1992). Survival Chances of Newly Founded Organizations. *American Sociological Review*, 57, 227-242.
- Brüderl, J., y Schüssler, R. (1990). Organizational mortality: The liabilities of newness and adolescence. *Administrative Science Quarterly*, 35(3), 530-537.
- Brush, C.G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- Brush, C.G., Duhaime, I.M., Gartner, W.B., Stewart, A., Katz, J.A., Hitt, M.A., y Venkataraman, S. (2003). Doctoral education in the field of entrepreneurship. *Journal of Management*, 29, 309-331.
- Brush, L.D. (1990). Violent acts and injurious outcomes in married couples: Methodological issues in the National Survey of Families and Households. *Gender and Society*, 56-67.
- Bryson, J, Wood, P. y Keeble, D. (1993). Business networks, small firm flexibility and regional development in UK business services. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 265-77
- Bueno Campos, E. (1996). *Organización de empresas: estructura, procesos y modelos*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Busenitz, L.W., West III, G.P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G.N., y Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of Management*, 29, 285-308.
- Butler, J. y Hansen, G.S. (1991). Network evolution, entrepreneurial success and regional development. *Entrepreneurial and Regional Development*, 3, 1-16.
- Buttner, E.H. y Moore, D.P. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34.
- Cáceres-Carrasco, F.R., y Guzmán-Cuevas, J. (2010). Functional and productive dependence: New characteristics for the analysis of enterprises from a macroeconomic view. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 117-130.
- Callejón, M. y Ortún, V. (2009). La caja negra de la dinámica empresarial. *Investigaciones Regionales*, 15, 167-189.
- Caneda, A. y García, O. (2008). Factores clave para el "éxito infantil" de las nuevas empresas. Documento no publicado presentado en *XVIII Congreso Nacional de ACEDE*, León, España.
- Cano Guillén, C.J., Gea Segura, A.B. y García García, J. (2003). Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios (1st ed.) Universidad de Almería.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. Higgs, H., ed. and trans. (1931). London: Macmillan.
- Carland, J.W., Hoy, F., Boulton, W.R., y Carland, J.A. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2), 354-359.
- Carrasco, I.M. y Castaño, M.S. (2008). El emprendedor schumpeteriano y el contexto social. *Revista de Economía*, 845, 121-134.
- Carrasco, R. (2008). El autoempleo y la economía social. En *El espacio social y el empleo en la construcción europea*. Vitoria: Federación de Cajas de Ahorros Vasco-Navarras, p. 241-257.
- Carter, Nancy M., William B. Gartner, K. G. Shaver, y E. J. Gatewood (2003). The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 13-40.
- Carter, S. y Rosa, P. (1998). The financing of male -and female- owned businesses. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10, 225-241.
- Castrogiovanni, G. J. (1996). Pre-startup planning and the survival of new small businesses: Theoretical linkages. *Journal of Management*, 22(6), 801-822.
- Caves, R. (1998). Industrial organization and new findings on the turnover and mobility of firms. *Journal of Economic Literature*, 36, 1947-1982.

- Celaya, J. (2008). La empresa en la Web 2.0. El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. Barcelona, Gestión 2000
- Celaya, J. y Herrera, P. (2006). *Los blogs en la comunicación empresarial en España*. Barcelona: BPMO Edigup.
- Chell, E. y Baines, S. (2000). Networking, entrepreneurship and micro business behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12, 195-215.
- Chin, S.T.S., Raman, K., Yeow, J.A., y Eze, U.C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 261-267.
- Chin, S.T.S., Raman, K., Yeow, J.A., y Eze, U.C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 261-267.
- Choi, J. y Lim, H.O. (2000). An overview of the Korean translation market. *Meta*, 45(2), 383-392.
- Chu, P. (2000). The characteristics of Chinese female entrepreneurs: Motivation and personality. *Journal of Enterprising Culture*, 8(1), 67-84.
- Churchill, D. (2007). Web 2.0 and possibilities for educational applications. *Educational Technology*, 47(2), 24-29.
- Churchill, D. (2009). Education applications of Web 2.0: Using blogs to support teaching and learning. *British Journal of Educational Technology*, 40(1), 179-183.
- Comisión Europea (2013). Plan de acción sobre Emprendimiento 2020: Relanzar el espíritu emprendedor en Europa. Bruselas, 9.1.2013. COM(2012) 795 final.
- Conole, G. y Alevizou, P. (2010). A literature review of the use of web 2.0 tools in higher education. Higher Education Academy.
- Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana (2011). *Manual del emprendedor. Guía de ayuda a emprendedores*. URL: <http://www.camarascv.org/EMPRENDEDORES/>
- Cooke, P. (1996). The new wave of regional innovation networks: Analysis, characteristics and strategy. *Small Business Economics*, 8(2), 159-171.
- Cowling, M., y Taylor, M.P. (2001). Entrepreneurial women and men: Two different species? *Small Business Economics*, 16, 167-175.
- Cox, D. R. (1972). Regression models and life-tables. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)*, 187-220.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, 8(3), 251-261.
- Cromie, S. (1987). Similarities and differences between women and men who choose business proprietorship. *International Small Business Journal*, 5(3), 23-34.
- Crumpton M.A. (2012). Innovation and entrepreneurship. *The Bottom Line: Managing library finances* 25(3), 98-101.
- Cuba, R., Descenzo, D., y Anish, A. (1983). Management practices of successful female business owners. *American Journal of Small Business*, 8(22), 40-46.
- Cueto, B., Mayor, M. y Suárez, P. (2012). Incremento del desempleo: destrucción de empleo y aumento de la población activa. *Observatorio Regional REGIOLab*. URL: <http://www.uniovi.net/regiolab>
- Davidsson, P., y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Deakins, D., Glancey, K., Menter, I., y Wyper, J. (2005). Enterprise education: the role of head teachers. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 241-263.

- DeBresson, C. y Amesse, F. (1991). Networks of innovators: A review and introduction to the issue. *Research Policy*, 20, 363-379.
- Dees, G. (1998). Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (CASE). Consulta 25 Septiembre 2014 http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
- Dellarocas, C. (2003). The digitalization of word of mouth: Promise, and challenges of online feedback mechanisms. *Management Science*, 40(10), 1407-1424.
- DeTienne, D. y Chandler, G. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom : A pedagogical approach and empirical test. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 242-257.
- Díaz, J. (2012). Los 12 emprendedores más importantes de la historia moderna. Revista Negocios y Emprendimiento. Consulta septiembre 2013 en <http://www.negociosyemprendimiento.org/2012/03/los-12-emprendedores-mas-importantes-de.html>
- Díaz-García, M.C., y Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 261-283.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Ebner, M. y Maurer, H. (2008). Can microblogs and weblogs change traditional scientific writing? *Proceedings of E-learn*. Las Vegas.
- Eckhardt J. y Shane S. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29, 333-349.
- Edosomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J., y Seymour, T. (2011). The history of social media and its impact on business. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16(3), 79-91.
- Escorsa Castells, P. y Valls Pasola, J. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa. Dirección y gestión*. Barcelona. Edicions de la Universitat Politècnica de Catalunya.
- European Commission (2000). *Toward Enterprise Europe: Work programme for enterprise policy 2000-2005: Commission staff working paper*, doc. No. SEC (2000) 771. Brussels.
- European Commission (2008). *Entrepreneurship in higher Education, especially in non-business studies*. Final Report of the Expert Group.
- European Commission (2013). *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 9.1.2013. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>
- Eurostat (2009). *Labour market statistics*. Luxembourg: EU Publications Office.
- Fayolle, A. (2007). *Handbook of research in entrepreneurship education: A general perspective*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Ltd.
- Fernández, E. y Junquera, B. (2001). Factores determinantes en la creación de empresas: una revisión de la literatura. *Papeles de Economía Española*, 89-90, 322-342.
- Fernández-Serrano, J. y Romero, I. (2012). Entrepreneurial quality and regional development: Characterising SME sectors in low income areas. *Papers in Regional Science*.
- Fiet, J. O. (2001). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101-117.
- Fisher, E., y Reuber, A.R. (2011). Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior? *Journal of Business Venturing*, 26(1), 1-18.
- Forbes, (2014). The world's most innovative companies. Consulta 15 septiembre 2014 en <http://www.forbes.com/innovative-companies/list/>

- Franco, M. y Haase, H. (2010). Failure factors in small and medium-sized enterprises: Qualitative study from an attributional perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 503-521.
- Freeman, C. (1988). Diffusion, the spread of new technology to firms, sectors and nations, en *Innovation, technology and finance*. Heertje, A. London: Printer Publisher.
- Freeman, C. (1991). Networks of innovators: A synthesis of research issues. *Research Policy*, 20(5), 499-514.
- Freeman, C. (1994). The economics of technical change. *Cambridge Journal of Economics*, 18, 463-514.
- Fritsch, M., Brixy, U., y Falck, O. (2006). The effect of industry, region, and time on new business survival –a multi-dimensional analysis. *Review of Industrial Organization*, 28(3), 285-306.
- García-Rodríguez, F.J., Gil-Soto, E. y Ruíz-Rosa, I. (2012). New methods in university entrepreneurship education: A multidisciplinary teams approach. *Creative Education*, 3, 878-883.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Gartner, W.B. (1990). What are we talk about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5, 15-28.
- Gartner, W.B., Nancy, C.M., Shaver, K. G. y Gatewood, E. J. (2003). The Career Reasons for Nascent Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, (19)1, 13-40.
- Gatewood, E.J., Shaver, K.G. y Gartner, W.B. (1995). A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10, 371-391.
- GEM (2003). Reporte Ejecutivo Argentina, Evaluación de la Actividad Emprendedora Nacional. Consulta: 22 junio 2013 <http://www.gemconsortium.org/docs/download/735>
- Geroski, P.A. (1995). What do we know about entry?. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 421-440.
- Gibbs, A. (2004). Creating conducive environments for learning and entrepreneurship: Living with; dealing with, creating and enjoying uncertainty and complexity. 14th Annual Int Ent Conference. Naples.
- Gibrat, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. París, Francia: Editorial Dunod.
- Gnyawali, D.R. y Fogel, D.S. 1994. Environments for Entrepreneurship development: Key Dimensions and Research Implications, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 43-62.
- Goffee, R., y Scase, R. (1982). Female entrepreneurs: Some preliminary research findings. *The Service Industries Journal*, 2(2), 22-30.
- González Guerrero, E.I. y López Rubio, J., (2004). Productividad y tamaño empresarial en la hostelería andaluza: una aproximación. *Cuadernos de Ciencias económicas y empresariales*, 46, 77-94.
- Gundry, L.K. y Welsch, H.P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16, 453-470.
- Gupta, V.K., Goktan, A.B. y Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 273-288.
- Gurel, E., Altınay, L., y Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.
- Guzmán, J y Santos, F.J. (2008). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial structure and the economic growth of region, en M. Rekowski (coor) *Entrepreneurial Tissue and Regional Economy*. Poznan: The Poznan University of Economics Publishing House, 49-71.

- Haber, S., y Reichel, A. (2005). Identifying performance measures of small ventures—the case of the tourism industry. *Journal of Small Business Management*, 43, 257–286.
- Hagedoorn, J. (2006). Innovation and Entrepreneurship: Schumpeter revisited. *Industrial and Corporate Change* (5)3, 883-896.
- Hagen, E.E. (1962). On the theory of social change: How economics growth begins. Homewood, Ill: Dorsey
- Hakim, C. (1987). *Research design, strategies and choices in the design of social research*. Allen & Unwin. London
- Hausman, A., y Johnston, W. J. (2014). The role of innovation in driving the economy: Lessons from the global financial crisis. *Journal of Business Research*, 67(1), 2720-2726.
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61.
- Hechavarria, D.M. y Reynolds, P. (2009). Cultural norms y business start-ups: The impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4): 417-437.
- Hessels, J., Van Gelderen, M. y Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Hill, F.M., Leitch, C.M. y Harrison, R.T. (2006). 'Desperately seeking finance?' The demand for finance by women-owned and -led businesses. *Venture Capital*, 8, 159-182.
- Hisrich, R.D., y Brush, C.G. (1983). The woman entrepreneur: Implications of family, educational, and occupational experience. *Frontiers of Entrepreneurship Research*(pp. 255–270).Wellesley, MA: Babson College.
- Hisrich, R.D., y Brush, C.G. (1986). *The woman entrepreneurs: Starting, financing and managing a successful new business*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Hisrich, R.D., y Brush, C.G. (1987). *Woman entrepreneurs: A longitudinal study*. Proceedings, 1987 Conference on Entrepreneurship, 187-199 .
- Hisrich, R.D., y O'Brien, M. (1981). The women entrepreneur from a business and sociological perspective. *Frontiers of Entrepreneurship Research*(pp. 21–39). Wellesley, MA: Babson College.
- Hisrich, R.D.,y Brush, C.G. (1984). The woman entrepreneur: Management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22, 31–37.
- Hoang, H. y Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165–187.
- Honig, B. (1998). What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13(5), 371-394.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: Toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning & Education*, 3, 258-273.
- Honig-Haftel, S. y Martin, L. (1986). Is the female entrepreneur at a disadvantage?. *Thrust: The Journal for Employment and Training Professionals*, 7, 49-64.
- Hopenhayn, H.A. (1992). Entry, exit, and firm dynamics in long run equilibrium. *Econometrica*, 60, 1127-1150.
- Hult, G.T.M. y Ketchen, D.J.Jr. (2001). Does market orientation matter?: a test of the relationship between positional advantage and performance. *Strategic Management Journal*, 22(9), 899-906.
- Hult, G.T.M., Ketchen, D.J.Jr. y Nichols, E.L.Jr. (2002). An examination of cultural competitiveness and order fulfillment cycle time within supply chains. *Academy of Management Journal*, 45(3), 577-586.
- Humphreys, M.A., y McClung, H. (1981). Women entrepreneurs in Oklahoma. *Review of Regional Economics and Business*, 6(2), 13-20.

- Hyytinen, A., Pajarinen, M. y Rouvinen, P. (2015). Does innovativeness reduce startup survival rates? *Journal of Business Venturing*, 30(), 564-581.
- Jack, S., Dodd, S.D. y Anderson, A. (2008). Change and the development of entrepreneurial networks over time: A processual perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(2), 125-159.
- Jack, S., Moulton, S., Anderson, A. y Dodd, S. (2010). An entrepreneurial network evolving: Patterns of change. *International Small Business Journal*, 28(4), 315-337.
- Johannisson, B. (1988). Business formation. A network approach. *Scandinavian Journal of Management*, 4(3- 4), 83-99.
- Johannisson, B. (1996). The dynamics of entrepreneurial networks. En Reynolds, P.D., Birley, S., Butler, J.E., Bygrave, W.D., Davidsson, P., Gartner, W.B. y McDougall, P.P. (1996). *Frontiers of Entrepreneurship Research*, (eds.). Babson Park, MA: Babson College, pp. 253-267.
- Jones-Evans, D. y Kirby, D. (1993). Technical entrepreneurs in the service sector: the growth of small technical consultancies in the United Kingdom. In *Small Firms Recession and Recovery*, ed. F. Chittenden, M. Robertson y D. Watkins, pp. 138-148. Paul Chapman Publishing.
- Jovanovic, B. (1982). Selection and the Evolution of Industry. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 649-670.
- Kalleberg, A.L., y Leicht, K.T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of management journal*, 34(1), 136-161.
- Kaplan, A., y Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Katz, J. A. (2008). Fully mature but not fully legitimate: A different perspective on the state of entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 46, 550-566.
- Kautonen, T., y Palmroos, J. (2010). The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 285-300.
- Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P., y Silvestre, B.S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Kim, P.H., Aldrich, H.E., y Keister, L.A. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *Small Business Economics*, 27(1), 5-22.
- Kimura, F. y Fujii, T. (2003). Globalizing activities and the rate of survival: Panel data analysis on Japanese firms. *NBER Working Papers Series*, no. 10067, Cambridge.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in management: An international Journal*, 25(5), 346-364.
- Kirzner, I. (1998). El empresario. *Revista Libertas*, 29. ESEADE. URL: http://www.eseade.edu.ar/files/Libertas/16_3_Kirzner.pdf Consulta 2-10-2013.
- Klein, Karen E. (2010). Are Entrepreneurs Born or Made?. *Bloomberg Businessweek* (28 de October), online en http://www.businessweek.com/smallbiz/content/jul2010/sb20100723_154719.htm
- Klepper, S. (1996). Entry, exit, growth and innovation over the product life cycle. *American Economic Review*, 86, 562-583.
- Knaup, A.E. (2005). Survival and longevity in the business employment dynamics database. *Monthly Labor Review*, 128(5), 50-56.
- Knight, F. (1921). *Risk uncertainty and profits*. New York, NY: Houghton Mifflin.
- Krueger, N. (1993). Growing up entrepreneurial? Some developmental consequences of early exposure to entrepreneurship. *Academy of Management Proceedings*, 1, 80-84.
- Krueger, N.F. (2002). *Entrepreneurship critical perspectives on business and management*. New York: Routledge Books.

- Krueger, N.F. y Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 577-598.
- Landry, R., Amara, N., y Rherrad, I. (2006). Why are some university researchers more likely to create spin-offs than others? Evidence from Canadian universities. *Research Policy*, 35(10), 1599-1615.
- Langowitz, N., y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364.
- Lee, D. Y., y Tsang, E. W. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth*. *Journal of management studies*, 38(4), 583-602.
- Letowski, A. (2004). *Le devenir des entrepreneurs créateurs ayant cessé l'exploitation de leur entreprise*. París: DECAS (Direction des Entreprises Commerciales, Artisanales et des Services).
- Li, W. (2006). Entrepreneurial intention among international students: Testing a model of entrepreneurial intention. *USASBE Small Business Advancent National Center*. Arkansas: University of Central Arkansas.
- Linehan, M. (2001). Networking for female managers'career development: Empirical evidence. *Journal of Management Development*, 20(10), 823-829.
- Loscocco, K.A., y Robinson, J. (1991). Barriers to small business success among women. *Gender and Society*, 5(4), 511-532.
- Lummis, M., y Stevenson, H.W. (1990). Gender differences in beliefs and achievement: A cross-cultural study. *Developmental Psychology*, 26(2), 254.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- OECD (2006). Manual de Oslo. Guía para la recopilación e interpretación de datos sobre innovación. Tercera edición. URL: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD Oslo Manual 05_spa.pdf
- Markic, J. (2009). La pluralidad lingüística: aportaciones sociales, culturales y formativas. *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Secretaría General Técnica*.
- Massey, D.S., Arango, J., Graeme, H., Kouaouci, A. y Pellegrino, A. (1998). *Worlds in motion. Understanding Internationasl Migration at the End of the Millenium*. Clarendon Press. Oxford.
- Mauri, T., Coll, C., y Onrubia, J. (2007). The evaluation of the quality of university innovation processes. A constructivist perspective. *Red U. Revista De Docencia Universitaria*, 1, 5-17.
- McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. London: Free Press.
- McClelland, D.C. y Winter, D.G. (1969). *Motivating economic achievement*. New York: Free Press.
- Menudo, J.M. (2014). Jean-Baptiste Say et les compétences entrepreneuriales pour l'industrialisation. *Innovations*, 45, 39-47.
- Mescon, T., y Stevens, G. E. (1982). Women as entrepreneurs: A preliminary study of female realtors in Arizona. *Arizona Business*, 29(7), 9-13.
- Meyer, A.D., Tsui, A.S. y Hinings, C.R. (1993). Configurational approaches to organizational analysis. *Academy of Management Journal*, 36(6), 1175-1195.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Miller, M.H. y Orr, D. (1966). A model of the demand for money by firms. *Quarterly Journal of Economics*, 80, 413-435.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Revista de Economía Industrial*, 383, 23-30.

- Minniti, M. (2013). *The dynamics of entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor data*. Oxford: Oxford University Press.
- Minniti, M., y Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), 5-16.
- Mintzberg, H. (2004). *Directivos no MBAs. Una visión crítica de la dirección de empresas y la formación empresarial*. Madrid: Ediciones Deusto.
- Momparler, A., Carmona, P. y Gieure, C. (2012). The performance of entrepreneurial small- and medium-sized enterprises. *The Service Industries Journal*, 32(15), 2463-2487.
- Morales-Gualdrón, S.T., Gutiérrez-Gracia, A., y Dobón, S.R. (2009). The entrepreneurial motivation in academia: A multidimensional construct. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 301-317.
- Morgan, Cooke y Price, (1992). *The challenge of lean production in German industry*. Wales Department of City and Regional Planning. University of Wales College of Cardiff (RIR report No. 12).
- Morris, M.H. y Paul, G.W. (1987). The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 247-259.
- Müllern, T. (2011). *Facebook as a marketing channel. A study of eCommerce retailers' Facebook page ambitious*. Master Thesis. Internationella Handelshögskolan, Jönköping, Sweden.
- Neck, H. M., y Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49, 55-70.
- Neergaard H, Shaw E. y Carter S. (2005). The impact of gender, social capital and networks on business ownership: A research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(5): 338-357.
- Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management*, 25(3), 22.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, 65, 17-37.
- O'Reilly, T. (2009). *What is Web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software*. O'Reilly Radar Report, O'Reilly Media, Inc.
- OCDE (1992). *Economic surveys. France 199*. Paris: OECD
- OCDE (1998). *Fostering entrepreneurship. The OECD Jobs Strategy*. Paris, OECD.
- OCDE (2001). *Productivity manual: A guide to the measurement of industry-level and aggregate productivity growth*. París: OECD.
- OECD (2005). *OECD Entrepreneurship Indicators Project: Entrepreneurship statistics and data*. URL: http://www.oecd.org/document/3/0,2340,en_2825_495649_35377795_1_1_1_1,00.htm
- Ollé, M. y Planellas, M. (2003). El proceso de creación de una empresa: motivaciones, etapas, recursos y redes. En *Creación de Empresa: los mejores textos* (pp. 187-212). Madrid: Ariel Empresa
- Orhan, M. (2001). Women business owners in France: The issue of financing discrimination. *Journal of Small Business Management*, 39, 95-102.
- Orhan, M., y Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: An explanatory model. *Women in management review*, 16(5), 232-247.
- Ortega, R. y Moreno, R. (2005). *Estrategias competitivas y supervivencia empresarial*. Proceedings of the VIII Encuentro de Economía Aplicada. Track: "Economía Industrial I".
- Ortiz, Z.T. (2008). *Manual de uso del blog en la empresa: cómo prosperar en la sociedad de la conversación*. Barcelona: Infonomia. URL: <http://librosabiertos.org/bitstream/001/152/8/978-84-612-1535-5.pdf>

- Owen, M., Lyndsay-Grant, S.S. y Keri F. (2006). Social software and learning. Futurelab Opening Education Reports, 2006. http://www.futurelab.org.uk/resources/documents/opening_education/Social_Software_report.pdf.
- Palacios-Marqués, D., Gieure, C. y Sastre, O. (2013). How social media can be used to innovate? *Proceedings of the INBAM 2013 Conference, Lisbon, Portugal*.
- Pardo, M. y Ribeiro, D. (2007). Political support for women entrepreneurs. *Equal Opportunities International*, 26, 761-777.
- Pardo-del-Val, M. (2010). The services supporting female entrepreneurs. *The Service Industries Journal*, 30, 1479-1498.
- Pascale, R. (2005). Gestión del conocimiento, innovación y productividad. Exploración del caso de la industria manufacturera uruguaya [trabajo de doctorado en línea]. UOC. (Trabajos de doctorado; TD05-009) URL: <http://www.uoc.edu/in3/dt/esp/pascale0605.pdf>
- Pascu, C. (2008). An empirical analysis of the creation, use and adoption of social computing applications. IPTS Exploratory Research on Social Computing. JRC Scientific and Technical Reports, EN. URL: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC46431.pdf>
- Pennings, J. M., Lee, K., y Van Witteloostuijn, A. (1998). Human capital, social capital, and firm dissolution. *Academy of management Journal*, 41(4), 425-440.
- Perez, S.E., Llopis, A.S., y Sanchis Llopis, J.A. (2004). The determinants of survival of Spanish manufacturing firms. *Review of Industrial Organization*, 25(3), 251-273.
- Peris-Ortiz, M. (2009). An analytical model for human resource management as an enabler of organizational renewal: A framework for corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 461-479.
- Perschbach, J.W. (2006). Blogging: An inquiry into the efficacy of a web-based technology for student reflection in community college computer science programs (Unpublished doctoral dissertation, Nova Southeastern University, Florida).
- Peterman, N.E., y Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28, 129-144.
- Petersen, M.A. y Rajan, R. (1994). The benefits of leading relationships: Evidence from small business data. *Journal of Finance*, 49, 3-38
- Petkova, A.P. (2009). A theory of entrepreneurial learning from performance errors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 345-367.
- Phillips, B.D. y Kirchoff, B.A. (1989). Formation, growth and survival: Small firm dynamics in the US Economy. *Small Business Economics*, 1(1), 65-74.
- Pickle Hal, B., y Abrahamson Royce, L. (1990). Small business management. *John Wiley and Sons*.
- Presas, M. (2000). Bilingual Competence and Translation Competence, en Christina Schäffner y Beverly Adab (eds.): *Developing Translation Competence*, Amsterdam, Filadèlfia, John Benjamins, pp. 19-31.
- Pyromalis, V.D., y Vozikis, G.S. (2009). Mapping the successful succession process in family firms: Evidence from Greece. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 439-460.
- Quible, Z.K. (2005). Blogs: A natural in business communication courses. *Business Communication Quarterly*, 68, 1, 73-76.
- Ram, M. (1999). Managing autonomy: Employment relations in small professional service firms. *International Small Business Journal*, 17(2), 13-30.
- Ramachandran, V., y Shah, M. K. (1999). Minority entrepreneurs and firm performance in sub-Saharan Africa. *The Journal of Development Studies*, 36(2), 71-87.
- Ramsden, A. (2009). Using micro-blogging (Twitter) in your teaching and learning: An introductory guide. Discussion Paper. University of Bath. Bath: UK.

- Redecker, C., Ala-Mutka, K., Bacigalupo, M. Ferrari, A. y Punie, Y. (2009). *Learning 2.0: The impact of Web 2.0 Innovations on Education and Training in Europe*. JCR Scientific and Technical Report, Final Report, European Commission. EUR 24103 URL: <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC55629/jrc55629.pdf>
- Reuber, A. R. y Fischer, E. (1999). Understanding the consequences of founders' experience. *Journal of Small Business Management*, 37(2), 30.
- Reynolds, P.D., Bygrave, W., Autio, E., y Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor. 2002 Summary Report*. Ewin Marion Kauffman Foundation, Kansas City.
- Ribeiro, D. (2003). Modelling the enterprising character of European firms. *European Business Review*, 15(1), 29-37.
- Ribeiro, D. y Castrogiovanni, G. (2012). The impact of education, experience and inner circle advisors on SME performance: Insights from a study of public development centers. *Small Business Economics*, 38(3), 333-349.
- Ribeiro, D. y Comeche, J.M. (2007). Transmitting the entrepreneurial spirit to the work team in SMEs: The importance of leadership. *Management Decision*, 45, 1102-1122.
- Ribeiro, D. y Roig, S. (2009). Linking globalization of entrepreneurship in small organizations. *Small Business Economics*, 32, 233-239.
- Richardson, W. (2006). *Blogs, Wikis, Podcasts and other powerful web tools for classrooms*. Thousand Oaks, CA: Corwin Press.
- Robinson, P. B., y Sexton, E. A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of Business Venturing*, 9(2), 141-156.
- Rosa, P., Hamilton, D., Carter, S. y Burns, H. (1994). The impact of gender on small business management: Preliminary findings of a British study. *International Small Business Journal*, 12(3), 25-32.
- Rothwell, R. y Dodgson, M. (1991). External linkages and innovation in small and medium-sized enterprises. *R&D Management*, 21(2), 258-291.
- Safón, V. (2009). The moderating effect of the technological level of industry on the relationship between innovation and corporate reputation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 515-526.
- Sanyang, S.E., y Huang, W.C. (2010). Entrepreneurship and economic development: The EMPRETEC showcase. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 317-329.
- Saw, E. (1998). Social networks: Their impact on the innovative behaviour of small service firms. *International Journal of Innovation Management*, 2(2), 201-222.
- Saxenian, A.L. (1990). Regional networks and the resurgence of Silicon Valley. *California Management Review*, 33(1), 89-112.
- Say, J.B. (1803). *Traité d'Économie Politique*. Paris: Calmann-Lévy Éditeur.
- Schiller, B.R., y Crewson, P.E. (1997). Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. *Economic Inquiry*, 35(3), 523-531.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1954). *History of Economic Analysis*. New York: Oxford University Press.
- Schutjens, V.A. y Wever, E. (2000). Determinants of new firm success. *Papers in Regional Science*, 79(2), 135-159.
- Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship. A new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5, 47-75.
- Scott, C.E. (1986). Why more women are becoming entrepreneurs? *Journal of Small Business Management*, 24(4), 36-44.

- Sebora, T.C., y Theerapatvong, T. (2010). Corporate entrepreneurship: A test of external and internal influences on managers' idea generation, risk taking, and proactiveness. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 331-350.
- Selwyn, N. (2009). Faceworking : exploring students' education-related use of Facebook. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 157-174.
- Sexton, D. L., y Kent, C. A. (1981). Female executives and entrepreneurs: A preliminary comparison. *Frontiers of entrepreneurship research*, 40-55.
- Shane, S. (2010). *Born Entrepreneurs, Born Leaders*. Oxford: University Press.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shapero, A. (1984). *The entrepreneurial event*. Kent, C.A. (ed.) en *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington, Mass: Lexington Books, D.C. Heath and Company, 21-40.
- Shepherd, D.A. (2003). Learning from business failure: Propositions about the grief recovery process for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28, 318-329.
- Simpson, M., Tuck, N. y Bellamy, S. (2004). Small business success factors: The role of education and Training. *Education + Training*, 46(8), 481 - 491.
- Singh, R.P., y Magee, B. (2001). Entrepreneurship education: Is there a growing crisis. In *United States Association for Small Business and Entrepreneurship Conference, Orlando, Florida*.
- Solymossy, E. (1997). Push/Pull motivation: Does it matter in venture performance?. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 204-217, en P.D. Reynolds, W.D. Bygrave, N.M. Carter, P. Davidsson, C.M. Mason, y P.P. McDougall, (eds), *Frontiers in Entrepreneurship Research*, Babson College: Boston, MA.
- Sonfield, M.C., y Lussier, R.N. (2009). Non-family-members in the family business management team: A multinational investigation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5, 395-415.
- Soriano, D.R. y Huarng, K.H. (2013). Innovation and entrepreneurship in knowledge industries. *Journal of Business Research*, 66, 1964-1969.
- Stanger, A. (1990). Female entrepreneurs in Australia: A review. *Asia Pacific International Management Forum*, 16(4), 12-20.
- Stelmach, M. (2000). *Analiza i ocena organizacji czasu pracy (na przykładzie małego viura tłumaczeń)*. (Trabajo de fin de grado inédito, Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu, Wydział Zamiejscowy w Chorzowie).
- Stevenson, H.H. (1983). A perspective on entrepreneurship. Harvard Business School Working Paper No. 9-384-131. Boston: Harvard Business School.
- Stevenson, H.H. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63, 85-94.
- Storey, D. (1994). New firm growth and bank financing. *Small Business Economics*, 6, 139-150.
- Storey, D.J. (1988). The role of small and medium-sized enterprises in European job creation: Key issues for policy and research; en Giaoutz, M.; Nijkamp, P.; Storey, D.J.: *Small and medium size enterprises and regional development*, 140-160. London: Routledge.
- Sullivan, P., Halbrendt, C., Wang, O., y Scannell, E. (1997). Exploring female entrepreneurship in rural Vermont and its implications for rural America. *Economic Development Review*, 15(3), 37.
- Sutton, J. (1997). 'Gibrat's Legacy'. *Journal of Economic Literature*, 35, 40-59.
- Szarka, J. (1990). Networking and small firms. *International Small Business Journal*, 2, 10-22.
- Szilagyi, A.D. y Schweiger, D.M. (1984). Matching managers to strategies: A review and suggested framework. *Academy of Management Review*, 9(4), 626-637.

- Tellis, G.J., Eisingerich, A.B., Chandy, R.K. y Prabhu, J.C. (2008). Competing for the future: Patterns in the global location of R&D centers by the world's largest firms. *ISBM Report 06-2008*. University Park, PA: Institute for the Study of Business Markets.
- Thompson, L. (2004). Innovation through people. *Management Decision*, 42(9), 1082-1094.
- Thompson, L. (2009). The mind and the heart of the negotiator. London: Prentice Hall.
- Thompson, L., y Walker, A.J. (1989). Gender in families: Women and men in marriage, work, and parenthood. *Journal of Marriage and the Family*, 51(4), 845-871.
- Thurik, R. (2008). Entrepreneurship, economic growth and policy in emerging economies. *ERIM Report Series Research in Management*. Erasmus Research Institute of Management. URL: file:///D:/Tesis_def/Biblio%20para%20meter/ERS-2008-060-ORG.pdf
- Tihula, S., y Huovinen, J. (2010). Incidence of teams in the firms owned by serial, portfolio and first-time entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6,249-260.
- Timmons, J.A., (1994). New venture creation: Entrepreneurship for 21st century. Irwin. Sydney.
- Tiran, A. (2014). Liberté d'entreprendre et industrialisation selon Jean-Baptiste Say. *Innovations*, 45, 5-17.
- Tolstoy, D. (2010). Knowledge combination in networks: Evidence from the international venturing of four small biotech firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6,183-202.
- Tsuchiya, R. (2010). Neighborhood social networks and female self-employment earnings in Taiwan. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 143-161.
- Ubeda, J., Gieure, C., de-la-Cruz, C. y Sastre, O. (2013). Communication in new technology based-firms. *Management Decision*, 51(3), 615-628.
- Ucbasaran, D., Shepherd, D.A., Lockett, A. y Lyon, S.J. (2013). Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs. *Journal of Management*, 39(1), 163-202.
- Ullah, F., Abbas, Q., y Akbar, S. (2010). The relevance of pecking order hypothesis for the financing of computer software and biotechnology small firms: Some UK evidence. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 301 -315.
- Urban, G. (2003). Customer advocacy: Is it for you?. *MIT Sloan School of Management*. Center for e-Business, paper 175.
- Urbano, D. y Toledano, N.G. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC
- Van Biesebroeck, J. (2005). Firm size matters: Growth and productivity growth in African manufacturing. *Economic Development and Cultural Change*, 53(3), 545-583. University of Chicago Press.
- Van de Ven, A.H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 211-230.
- Van de Ven, A.H., Hudson, R., y Schroeder, D. M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. *Journal of Management*, 10(1), 87-108.
- Van Praag, C.M. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small Business Economics*, 21(1), 1-17.
- Van Stel, A., Carree, M., y Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- Vander Werf, P., y Brush C. (1989). Towards agreement on the focus of entrepreneurship research: Progress without definition. *Proceedings of the National Academy of Management Conference*, Washington, DC.

- Varela, R.V. (2011). Educación empresarial basada en competencias empresariales. En *Desarrollo, innovación y cultura empresarial*, Vol. 2. Santiago de Cali: CDEE.
- Varona, L.C., Gismera, L.T. y Gimeno, R.N. (2014). *Supervivencia de las empresas según indicadores empresariales. Modelo lineal mixto con datos de panel, período 2004 al 2008, caso de España*. Asociación Peruana de Economía. Documento de Trabajo No. 13, agosto 2014.
- Veciana, J. M., Aponte, M., y Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
- Veciana, J.M (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.
- Veciana, J.M. (1996). Generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores: *Venture management o corporate entrepreneurship*. *Economía Industrial*, 310, 11-36.
- Veciana, J.M. (1998). Empresario y proceso de creación de empresas. *Revista Económica de Catalunya*, nº 8.
- Vélaz, J.I. (1996). Motivos y motivación en la empresa. *Díaz de Santos, Madrid*.
- Verheul, I. y Thurik, R. (2001). Start-up capital: Does gender matter?. *Small Business Management*, 16, 329-345.
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18, 151-183.
- Villanueva, J. y Pavone, C. (2006). The effect of entrepreneurial motives on growth: A study of women entrepreneurs. *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College. 184
- Wagner, Bill (2006), *The entrepreneur next door: Discover the secrets of financial independence*. Irvine, CA, USA: Entrepreneur Press.
- Wagner, J. (1994). The post-entry performance of new small firms in German manufacturing industries. *The Journal of Industrial Economics*, 42(2), 141-154.
- Wakkee, I., Elfring, T., y Monaghan, S. (2010). Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. The role of coaching and self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(1), 1 -21.
- Weber, M. (1979). *Economía y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica. México
- Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth, *Small Business Economics*, 13(1), 27-56.
- Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, A.R. y Reynolds, P.D. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.
- West, G.P., y Noel, T.W. (2009). The impact of knowledge resources on new venture performance. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 1-22.
- Williams, C.C. (2009). The motives of off-the-books entrepreneurs: Necessity-or opportunity-driven?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(2), 203-217.
- Williamson, O.E. (1981). The modern corporation: origins, evolution, attributes. *Journal of Economic Literature*, 19(4), 1537-1568.
- World Economic Forum (WEF) (2009). *Educating the next wave of entrepreneur*. Geneva: WEF.
- Yusof, M., y Jain, K.K. (2010). Categories of university-level entrepreneurship: A literature survey. *International entrepreneurship and management journal*, 6(1), 81-96.
- Zapalska, A. (1997). Profiles of Polish entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 35(2), 111.
- Zeithaml, C.P., y Rice, G. (1987). Entrepreneurship/small business education in American universities. *Journal of Small Business Management*, 25, 44-50.

ANEXOS

Anexo I. Cuestionario del estudio preliminar 1

Encuesta para alumnos y antiguos alumnos de estudios en Traducción e Interpretación.

La siguiente encuesta tiene como objeto recoger resultados que van a formar parte de una tesis doctoral que se desarrolla en el departamento de Traducción e Interpretación de la Universidad de Alicante. Como principal objetivo de esta encuesta planteamos tres variables de análisis: la formación emprendedora, salidas profesionales y herramientas para establecerse como traductor y/o intérprete.

La encuesta se contesta en unos pocos minutos, por lo que rogamos contribuyas a este importante proyecto de investigación.

Si quisieras conocer los resultados, puedes solicitarlo mediante envío de esta petición con tu nombre y correo a clagieu@gmail.com

Muchas gracias por tu colaboración,

Clara Gieure Sastre
Universidad de Alicante

***Obligatorio**

Estudios cursados (diplomatura, licenciatura, grado, máster, doctorado, otros)

- Licenciatura en Traducción e Interpretación
- Grado en Traducción e Interpretación
- Máster en Traducción
- Máster en Interpretación
- Doctorado
- Filología inglesa / francesa / catalana / alemana / hispánica
- Otro:

Universidad o Centro de estudios UM, UCM, UMH, UA, UC, UV, UPV, etc. - especificar -

1. Tras finalizar tus estudios en Traducción e Interpretación, ¿has continuado en esta profesión? *

- Sí
- No
- Otro:

2. ¿Qué opción has tomado tras finalizar tus estudios? *

- Máster en traducción
- Máster en interpretación
- Trabajar para una empresa
- Autónomo / freelance
- CAP - Máster en Profesor de Educación Secundaria y Bachillerato

Otro:

3. **¿Crees que los estudios en traducción e interpretación en España te preparan para el mundo laboral? ***

Sí

No

4. **Desde tu punto de vista, ¿qué crees que es necesario para mejorar la formación de traductores e intérpretes? ***

5. **¿Realizaste prácticas en empresa durante tus estudios? *Con traductor autónomo, empresa de traducción audiovisual, de científico-técnica, de jurídica, con un intérprete, etc**

Sí

No

Otro:

6. **Si no las realizaste, ¿hiciste algún curso, seminario o similar para ampliar tu formación profesional? ***

Sí

No

7. **Indica el curso, seminario, taller, etc. en el que has participado. *O en el que tienes previsto participar.**

Seminario de planificación financiera para traductores.

Seminario para la profesionalización de traductores e intérpretes.

Seminario de actualización profesional para traductores.

Seminario sobre gestión profesional para el traductor.

Curso de marketing para traductores emprendedores.

Orientación profesional para traductores.

Curso on-line para aprender a venderte: Marketing para traductores.

Taller sobre el espíritu emprendedor en el sector de la traducción.

Curso de competencias para la creación de empresas.

Aula europea: El espíritu emprendedor en el sector de la traducción.

Jornadas de transición al oficio de traductor e interprete.

Otro:

8. **¿Tus prácticas en empresa te han aportado experiencia y/o nuevos conocimientos? ***

Sí

No

9. El emprendimiento es una iniciativa que muchas instituciones educativas están poniendo en práctica. Distintos estudios superiores dan mucha importancia a la formación en emprendimiento como salida profesional y para formar a los alumnos en competencias emprendedoras. ¿Crees que tus estudios en traducción e interpretación fomentan el emprendimiento entre los alumnos? *

Sí

No

10. ¿Consideras que debe fomentarse el emprendimiento desde el inicio de la carrera para que los alumnos adquieran destrezas emprendedoras e innovadoras? *

Sí

No

Otro:

11. ¿Crees que las competencias emprendedoras como habilidades comunicativas, de análisis, de gestión, conocimiento de los servicios, etc. pueden ayudarte a desarrollarte personalmente y profesionalmente? *

Sí

No

12. Puesto que vivimos en la era del conocimiento y cualquiera tiene acceso a la información, lo que busca el mercado son profesionales formados pero también con nuevas ideas de negocio, es decir, con habilidades emprendedoras. ¿Crees que debería darse más importancia a estas habilidades y enseñarlas en los estudios de traducción e interpretación? *

Sí

No

Otro:

13. Pocos son los alumnos de TeI que tras finalizar sus estudios emprenden una trayectoria profesional de creación de empresa. Por distintos motivos el mundo de la traducción e interpretación profesional se presenta un tanto arduo para traductores e intérpretes en ciernes. ¿Por qué crees que esto sucede? *

14. Opinas que la inversión económica así como el tiempo que dedicas antes de iniciar un negocio son factores que desmotivan a la hora de lanzarte a emprender?

Sí

No

Otro:

15. Actualmente las posibilidades a nivel nacional como internacional para emprender no han disminuido, sino que además, han aumentado. ¿Por qué crees que muchos traductores e intérpretes en ciernes no emprenden? *Ayudas, subvenciones, préstamos son posibilidades potenciales que muchos no valoran ¿Crees que la motivación puede ser una causa a la hora de decidir si emprender?
16. Si planeas o te has planteado establecerte como traductor o intérprete autónomo/freelance, ¿conoces los procesos por los que has de atravesar para poder establecerte? *
- Sí
- No
17. Las herramientas informáticas juegan hoy en día un papel fundamental en la vida del traductor. ¿Crees que el uso de las tecnologías y más concretamente la Web 2.0 facilita nuestra labor profesional? *
- Sí
- No
18. ¿Utilizas Internet y más concretamente la Web 2.0 para promocionar tus servicios y así darte a conocer en el mercado laboral?
- Sí
- No
- Otro:
19. Si has abierto tu propia empresa, ¿por qué problemas iniciales has atravesado?
- Falta de financiación (falta de liquidez, pocas ayudas estatales, impagos de los clientes, etc.)
- Pocos clientes
- Mucha competencia
- Desmotivación
- Otro:
20. ¿La empresa ha prosperado?
- Sí
- No
21. ¿Cuáles son los motivos por los que crees que no ha prosperado?
22. El intrusismo genera ineludiblemente competitividad. ¿Crees que el intrusismo se presenta como una amenaza en nuestra profesión? *
- Sí
- No
- Otro:

23. En el caso de haber obtenido el título de Interprete Jurado, ¿has continuado por esta vía profesional como traductor/intérprete jurado?

Sí

No

24. En caso de no haber abierto tu empresa, ¿trabajas como autónomo o freelance? *

Sí

No

25. La profesión del traductor autónomo o intérprete freelance es una opción tan valorada como cualquier otra con una diferencia, la inversión es mucho menor que la opción de la empresa. ¿Consideras que una buena salida al desempleo? *

Sí

No

Anexo I.a. Muestra de las respuestas obtenidas del cuestionario 1

	A	B	C	D	E	F
1	1. Tras	2. ¿Qué opción has	3. ¿Crees que los	4. Desde tu punto de vista, ¿qué crees que es necesario para mejorar la formación de	5. ¿Realizaste	6. Si no
2	Sí	Máster en traducción	No	Saber más y mejor a qué nos enfrentamos en el mundo laboral	Sí	Sí
3	estoy cursando	Máster en traducción con	No	Desde mi punto de vista, serían necesarias dos cosas principales :	Sí	No
4	Sí	Autónomo / freelance	Sí	Más formación en memorias de traducción y conocimientos lingüísticos más profundos,	No	No
5	Sí	Máster en traducción	No	Creo que sería necesario un sistema que permitiera más especialización antes de salir	No	Sí
6	Sí	Autónomo / freelance	No	Un enfoque práctico, más peso de herramientas de TAO, conocimiento del mercado.	Sí	Sí
7	Sí	Autónomo / freelance	No	El conocimiento profundo de las lenguas de trabajo -fundamental el de la lengua materna-	No	Sí
8	Sí	Trabajar para una empresa	Sí	Para mejorar la formación, es necesaria la implementación de asignaturas más prácticas. Por	Sí	Sí
9	No	Máster en traducción	Sí	Clases debería ser más útiles	Sí	No
10	Sí	Máster en traducción	No	Máster, cursos, estudiar en el extranjero, formación sobre herramientas...	En el máster	Sí
11	Sí	Máster en traducción	Sí	Profundizar en uno o más sectores de especialización, por ejemplo a través de asignaturas	No	Sí
12	He continuado	Máster en traducción	No	En mi opinión, en la Universidad en la que yo estudié, falta mucha oferta de asignaturas de	Sí, en un grupo	Sí
13	Sí	Autónomo / freelance	Sí	Mucha práctica. La teoría es muy útil, pero en el mundo laboral, se trata de tener experiencia,	Sí	No
14	He estudiado	Varias de las anteriores:	Sí	Una mayor especialización según los intereses profesionales de cada estudiante	No	No
15	Sí	Máster en traducción	No	El nivel lingüístico de los estudiantes de Tel no es muy alto: ingresar en esta carrera con tan	Sí	Sí
16	En algunas	Trabajar para una empresa	Sí	Conocer mejor los programas de traducción asistida, realizar más prácticas en empresas,	No	No
17	Sí	Máster en traducción	No	Se necesita menos teoría y más ejemplos prácticos.	Sí	Sí
18	No he	No he terminado aún	No	Considero que, puesto que con el grado nos han recortado a 4 años nuestra formación,	Sí	No
19	Cuando he	CAP - Máster en Profesor	No	En mi opinión, es necesario una profundización en la cultura de la que se traduce así como	No	Sí
20	un año de	Máster en traducción	Sí	Creo que sería necesario establecer una prueba de acceso para entrar en el grado, a nivel	ONU	No
21	Profesor de	Máster en traducción	Sí	Enfocar la enseñanza de lenguas hacia la profesión del traductor e intérprete.	Sí	No
22	Sí	Máster en traducción	No	Hace falta que los requisitos de entrada sean más exigentes con respecto al nivel de	No	No
23	Sí	Máster en traducción	No	Más horas de prácticas en empresas y exigir que los nuevos estudiantes tengan un nivel más	Sí	No
24	Sí	Máster en traducción	No	Una mejor formación y práctica	Sí	No
25	Sí	Máster en traducción	Sí	Más prácticas, formar en tecnología.	Sí	Sí
26	No	Máster en traducción	No	Más formación en interpretación en las carreras (grado).	No	Sí
27	Sí	Máster en interpretación	Sí	Más situación real. Se necesitan más prácticas la que podamos conocer el mundo de la	Sí	Sí
28	Sí	Máster en Profesorado,	Sí	Incluir en los planes de estudios asignaturas relacionadas con el mundo profesional que	No	Sí
29	Sí	Máster en traducción	No	Tomar las asignaturas desde un punto de vista más práctico. Añadir asignaturas o cursos que	No	No
30	Sí	Máster en traducción	No	En primer lugar, dar a conocer la realidad del mercado laboral en relación a los traductores e	Sí	No

Anexo II. Cuestionario del estudio preliminar 2

Encuesta para profesionales de la Traducción y/o Interpretación.

La siguiente encuesta tiene como objeto recoger resultados que van a formar parte de una tesis doctoral que se desarrolla en el departamento de Traducción e Interpretación de la Universidad de Alicante. Como principal objetivo de esta encuesta planteamos tres variables de análisis: la formación emprendedora, problemas para establecerse como traductor/intérprete y herramientas potenciales para el desarrollo de la empresa/autónomo.

La encuesta se contesta en unos pocos minutos, por lo que rogamos contribuya a este importante proyecto de investigación.

Si quisiera conocer los resultados, puede solicitarlo mediante envío de esta petición con su nombre y correo a clagieu@gmail.com

Muchas gracias por su colaboración,

Clara Gieure Sastre
Universidad de Alicante

***Obligatorio**

Denominación de la empresa/marca *
Si es autónomo y no utiliza ninguna marca, puede poner su nombre

Localización *

Antigüedad de la empresa o servicio autónomo *
Especificar número de años

1. ¿Cuántos empleados tiene en plantilla? *

0

1 - 3

3 - 5

5 - 7

Más de 10

2. ¿Cuál fue su motivación para emprender un negocio de traducción/interpretación? *
Motivo o razón

3. Según su experiencia, ¿qué se necesita para crear una empresa o establecerse por su cuenta? *

Financiación

Espíritu emprendedor

Cartera de clientes

Conocimientos empresariales

Recursos tecnológicos

Todas

Otro:

4. ¿Cuáles fueron los problemas iniciales que atravesó hasta consolidar su empresa o labor como autónomo? *

5. Si usted es trabajador autónomo o freelance, ¿por qué no ha dado el salto para abrir su empresa? *

Especificar ventajas y desventajas

6. ¿Cree que algún tipo de formación en emprendimiento es necesaria antes de abrir su propia empresa o de iniciarse como autónomo/freelance? *

Sí

No

7. Incluyéndose a usted, ¿qué porcentaje de sus empleados, si tuviera, han recibido formación en emprendimiento, es decir, formación empresarial? *

Cursos, seminarios, talleres en creación de empresas, orientación profesional, gestión profesional, planificación financiera, etc.

Ninguno

1 - 3

3 - 5

Más de 5

No tengo personal contratado

8. En su empresa, ¿cuántos son traductores y/o intérpretes de carrera? *

Con estudios y/o especialización en traducción e interpretación

Ninguno

1 - 3

3 - 5

5 - 10

Más de 10

No tengo personal contratado

9. En su empresa, ¿qué número de empleados son lingüistas o de otra profesión? *

Ninguno

1 - 3

3 - 5

5 - 10

No tengo personal contratado

10. Para cubrir las necesidades lingüísticas de sus clientes ¿cuenta con traductores e intérpretes de profesión, en plantilla o autónomos/freelance? O bien, ¿contrata a lingüistas y/o especialistas con idiomas? *

Si colabora con otros profesionales, especifique también

- Traductores e intérpretes en plantilla
- Traductores e intérpretes autónomos
- Traductores e intérpretes freelance
- Lingüistas
- Especialistas con idiomas (biólogo, abogado, periodista, médico, etc.)
- No tengo personal contratado

11. ¿Cuál es el perfil de contratación requerido para trabajar en su empresa? *

Si colabora con otros profesionales, especifique también

- Nivel de formación
- Maestría en idiomas
- Experiencia
- Todos
- Otro:

12. De los servicios que ofrece, ¿qué especialidad es la más demandada? *

- Traducción médico-sanitaria
- Traducción audiovisual
- Traducción científico-técnica
- Traducción jurídica
- Traducción literaria
- Interpretación simultánea
- Interpretación de enlace
- Interpretación consecutiva
- Otro:

13. En su empresa, ¿cuenta con algún traductor jurado? *

Si colabora con algún/os traductores jurado, especifique también

- Ninguno
- 1 - 3
- 3 - 5
- 5 - 10

14. La Web 2.0 es la plataforma de Internet que nos permite realizar una infinidad de tareas tanto autónomas como colectivas y además, de forma activa, es decir, con un alto índice de comunicación participativa. ¿La utiliza activamente como herramienta de trabajo? *

- Sí
- No

Otro:

15. Las redes sociales así como el networking son para muchos un aliado de la empresa e incluso, una fuente potencial de trabajo. ¿Considera las redes sociales cómo herramienta potencial para su empresa? *

Sí

No

Otro:

16. Para atraer nuevos clientes y/o aumentar su cartera de clientes, ¿utiliza las redes sociales? *
LinkedIn, Facebook, Google+, Twitter, MySpace, blogs, ect.

Sí

No

Otro:

17. El networking también se considera otro gran aliado del traductor e intérprete. ¿Lo utiliza para dar a conocer sus servicios y ampliar su cartera de clientes? *

Sí

No

Anexo II.a. Muestra de las respuestas obtenidas del cuestionario 2

1	Denominación de la	Localización	Antigüedad	1.	2. ¿Cuál fue su motivación para	3. Según su	4. ¿Cuáles fueron los	5. Si usted es	6. ¿Cree	7. Incluyéndose a
2	Y+D Translations	Madrid	4	1 - 3	Ganarme la vida después de la	Cartera de clientes	Al comienzo siempre lo	Lo he dado, pero estoy	Sí	1 - 3
3	Trágora SCA	Granada	8	3 - 5	La motivación de emprender Trágora	Espíritu	Las principales barreras son	Somos una empresa. :)	Sí	Más de 5
4	Adam King	Valencia	1	1 - 3	Me gusta el trabajo (el tema de los	Cartera de clientes	Fijar tarifas.	Acabo de empezar y	No	Ninguno
5	Nieves Nuevo Cobas	Sant Climent de	22	1 - 3	El deseo de ejercer a tiempo	Cartera de clientes	No tuve problemas. Tenía ya	En mi opinión, las	No	Ninguno
6	karina arballo	puebla_mex	2	1 - 3	A parte del gusto por hacer entender	Todas	el primer problema fue sacar por que se necesita una		No	1 - 3
7	Javier Mallo	Madrid	15	1 - 3	Controlar el propio tiempo y trabajo	Espíritu	Desconocimiento del mundo	No forma parte de mi	Sí	Ninguno
8	Pedro Moneral Mármol	Murcia	12	1 - 3	Es una cuestión vocacional. Estudié	Espíritu	Facturación, el no poder	En mi caso, porque	Sí	1 - 3
9	Autónomo	Francia	3 años	1 - 3	En un principio era para tener un	Cartera de clientes	Problemas relacionados con	Ya estoy registrado	Sí	Ninguno
10	Traductio Language	La Haya	1 año	1 - 3	Los idiomas y culturas extranjeras	Espíritu	conseguir clientes	soy ambos	Sí	1 - 3
11	Ochestra Solutiouns	Alicante	1	1 - 3	Mi motivación es poder aunar	Todas	Nuestra empresa aún está a	Acabo de darlo, junto	Sí	1 - 3
12	Enrique Alda	Irlanda	15	1 - 3	Trabajar en lo que me gusta	Espíritu	Son demasiados como para	No tengo dotes de	Sí	Ninguno
13	Freelance	Colombia	23	1 - 3	Porque me enfermé, pero tenía	Espíritu	Los pocos clientes, el no	No se como hacerlo.	No	Ninguno
14	Irene Martínez	Mallorca	18 meses	1 - 3	Estudié Traducción y me había	Espíritu	Desconocimiento de cómo	Porque no tengo volumen	Sí	1 - 3
15	ACyTrad, Servicios de	Barcelona	5	3 - 5	ACyTrad es un proyecto que está	Todas	Los problemas de	Estamos en ello, pero	Sí	3 - 5
16	AD Plus Languages	Madrid	3	0	Siempre tuve muy claro en mi mente	Todas	- Flujo de trabajo inestable	Porque creo que para	Sí	No tengo personal
17	transGalator	Alicante	1	0	Porque estoy estudiando la carrera y	Espíritu	Darse a conocer para ser	Porque debes contar con	Sí	No tengo personal
18	Aitziber Elejalde	Amurrio (Álava)	3	0	Me quedé en el paro y no me quería	Cartera de clientes	La falta de clientes con	No me interesa el hecho	Sí	No tengo personal
19	Jorge Pelegrina	Sant Cugat del	14	0	Me apasionan los idiomas y la	Espíritu	La falta de clientes y del	De momento me va bien	Sí	No tengo personal
20	Laura Castro	El Campello	menos de 1	0	Me encantan la traducción y la	Espíritu	La falta de financiación,	Porque no lo necesito.	No	No tengo personal
21	olivia.fox	Universitat	30	0	No me interesa	Recursos	Tener un experto válido en	No me interesa.	Sí	Ninguno
22	Pedro Monreal Mármol	Murcia	12	0	Fundamentalmente vocacional.	Espíritu	Facturación, pues al	De momento, así estoy	Sí	1 - 3
23	Eliónor Guntín	Barcelona	1	0	Dedicarme a lo que más me gusta y	Todas	Sensación de falta de	Actualmente estoy	Sí	No tengo personal
24	Leire Berasaluze	Eibar (Gipuzkoa)	11	0	Tuve la ocasión de empezar como	Cartera de clientes	Falta de clientes	Lo estoy intentando	Sí	1 - 3
25	Juan González Pérez	Santander	6	0	Pasión por la traducción y viabilidad	Todas	La falta de clientes y de	Tengo una carga de	Sí	No tengo personal
26	LYL Traducción y	Madrid	abril 2013	0	Trabajar de la profesión que me	Todas a distintos	Mis recursos económicos	De momento sigo de	Sí	No tengo personal
27	Alejandra Hernández	Riaza, Segovia	7 años	0	Trabajé durante seis años en una	Espíritu	Desconocimiento del	La verdad, quizá lo haga,	Sí	No tengo personal
28	a	alicante	10	0	Autonomía	Todas	Encontrar clientes	Porque estoy satisfecho	No	Ninguno
29	Caroline Ryan	Madrid	10	0	Es más fácil conseguir trabajo en la	espíritu	Falta de trabajo/ingresos	No me interesa el estres	No	No tengo personal
30	Thinkino Side	Madrid	2	0	Volví de una estancia en el	Esoiritu	Falta de conocimientos	Por el momento, me	Sí	No tenao personal

Anexo III. Cuestionario del estudio empírico

La siguiente encuesta tiene como objeto recoger datos que van a formar parte de una tesis doctoral que se desarrolla en las Universidades de Alicante y Valencia. La encuesta evalúa aspectos de las empresas de traducción e interpretación, autónomos y freelance en España y la formación recibida. Se contesta en unos pocos minutos por lo que rogamos contribuya a este importante proyecto de investigación.

Si quisiera conocer los resultados, puede solicitarlo mediante envío de esta petición con su nombre completo y correo a clagieu@gmail.com

Gracias por su colaboración.
Clara Gieure

1. Denominación de la empresa/marca

Si es autónomo y no utiliza marca, puede poner su nombre

2. Localización

Especifique la ciudad

3. Estudios cursados

(diplomatura, licenciatura, grado, máster, doctorado, otros)

Licenciatura en Traducción e Interpretación

Grado en Traducción e Interpretación

Máster en Traducción

Máster en Interpretación

Doctorado

Filología inglesa / francesa / catalana / alemana / hispánica

4. Universidad o Centro de estudios

UJI

UMH

UA

UV

UPV

En otra universidad distinta fuera de la Comunidad Valenciana

5. Antigüedad de la empresa o servicio autónomo

6. El intrusismo genera ineludiblemente competitividad. ¿Cree que el intrusismo se presenta como una amenaza en nuestra profesión?

Si

No

7. En su empresa, ¿cuenta con algún traductor jurado? o Si colabora con algún traductor jurado, incluya también.

0

1 - 2

3 - 5

6 - 9

Más de 10

8. El emprendimiento es una iniciativa que muchas instituciones educativas están poniendo en práctica. Distintos estudios superiores dan mucha importancia a la formación en emprendimiento como salida profesional y para formar a los alumnos en competencias emprendedoras. ¿Cree que los estudios en traducción e interpretación fomentan el emprendimiento entre sus alumnos?

Sí

No

9. ¿La empresa ha sobrevivido?

En caso de brindar un servicio autónomo contestar también

Sí

No

10. ¿Cuántos empleados tiene en plantilla?

0

1-2

3-5

6-9

Más de 10

11. Indique su género:

Hombre

Mujer

12. ¿Cree que algún tipo de formación en emprendimiento es necesaria antes de abrir su propia empresa o de iniciarse como autónomo/freelance?

Sí

No

13. ¿Tiene antecedentes empresariales en la familia?

Sí

No

14. Opina que la inversión económica así como el tiempo que dedica antes de iniciar un negocio son factores que desmotivan a la hora de lanzarse a emprender?

Sí

No

15. Para atraer nuevos clientes y/o aumentar su cartera de clientes, ¿utiliza las redes sociales como LinkedIn, Facebook, Google+, Twitter, MySpace, Blogs, etc.?

Sí

No

16. ¿Utiliza Internet y más concretamente la Web 2.0 para promocionar sus servicios y así darse a conocer en el mercado laboral?

Sí

No

Anexo III.a. Muestra de las respuestas obtenidas del cuestionario

1	2. Denominación de la empresa	3. Localización	4. Estudios cursados	5. Universidad o Centro de estudios	6. Antigüedad	7. El intrusismo	8. El empresario	9. ¿La empresa?	10. ¿Cuántos años?	11. En su empresa
2	Adam King	Valencia	Matemáticas	Imperial College London	2 años	No	No	Si	0	0
3	Laura Atienza	Valencia	Licenciatura en Traducción e Interpretación	Estema	6	No	No	Si	0	0
4	George Amolochitis	Atenas, Grecia	Licenciatura en Traducción e Interpretación	Université de Strasbourg, Francia	10 años	Si	Si	Si	0	0
5	Samantha Betts	Corella	Grado en Estudios Ingleses	UNED	10	Si	Si	Si	0	0
6	Marisol La Hoz	Lima	Lingüística Hispánica	Pontificia Universidad Católica	21 años	Si	Si	Si	0	1
7	Carlos Bassi	Medellín, Colombia	Autodidacta	Ninguno	50	No	Si	Si	0	0
8	INTERGLOSSA	BARCELONA	y filología inglesa	UAB	21 años	No	No	Si	5	6
9	Elizabeth Toro	Cali, Colombia	Técnicas de Traducción inglés a español	Universidad Nacional de Colombia	6 años	Si	Si	Si	1	0
10	MP	Madrid	Licenciatura en Traducción e Interpretación	UAX	20	Si	Si	No	0	0
11	Cherimola	Granada	Ingeniera	UPM	2	Si	Si	Si	0	0
12	Eva Nemeth	Apex, North Carolina	Other? 40 años de experiencia en traducción	Framingham State University,	140 años	Si	Si	Si	1	0
13	Giselle Ahlfeld	San Francisco, CA	Licenciatura en Traducción e Interpretación	Phoenix, AZ, UCSF, CA	25 años	No	Si	Si	0	1
14	MG Communications	Saint Paul	Certificado en Interpretación Médica	Universidad de Minnesota	3 años	Si	Si	Si	1	0
15	Traducciones Vaikava S. L.	Begues	Licenciatura en Traducción e Interpretación	UVIC	3 años	Si	No	Si	3	10
16	Nadia Martín Sánchez	San Sebastián	Licenciatura en Traducción e Interpretación	USAL	7,5 años	Si	No	Si	0	1
17	Virginia Vázquez Vaccaro	Tenerife	Máster en Interpretación	ULL	8 años	Si	No	Si	0	3
18	Traduc'Office, s.l.	Valencia	Licenciatura en Derecho	Estrasburgo (Francia)	10 años	No	No	Si	0	0
19	TRADUMOTS SL	FIGUERES	Licenciatura en Traducción e Interpretación	UVIC / UAB	5 AÑOS	Si	No	Si	1	10
20	Marta Franco López	Sevilla	licenciatura y dos másteres en traducción	USAL, UA, UAH	1 año	Si	Si	Si	0	0
21	Maia Figueroa	Barcelona	Máster en Traducción	URV	6 años	No	No	Si	0	0
22	Luis	Málaga	Licenciatura en Traducción e Interpretación	UMA	1	Si	No	Si	1	3
23	Autónoma	Las Palmas de Gran Canaria	Filología inglesa, francesa, catalana, alemana	UVA	6 años	No	No	Si	0	1
24	María Bueno	Barcelona	Máster en Traducción	UPF - Universitat Pompeu Fabra	2	Si	Si	No	0	0

Anexo IV. Codificación de las condiciones causales y el rendimiento del estudio

Rendimiento: Supervivencia de la empresa

Nosotros categorizamos las respuestas con un crisp set (cs/QCA):

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0.

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1.

Condiciones causales

Tamaño de la empresa

Nosotros categorizamos las respuestas con un fs/QCA, calibrándola en los siguientes ítems:

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 1.1. Es decir, valores menores a 2 (0 trabajadores).

0.50 (ni dentro ni fuera): Damos el valor de 2.9. Es decir, valores entre 2 y 4 (de 1 a 9).

1 (completamente dentro): Damos el valor de 4.1. Es decir, valores mayores de 4 (más de 10).

Género

Nosotros categorizamos las respuestas con un crisp set (cs/QCA):

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0 (mujer).

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1 (hombre).

Formación en gestión empresarial antes de crear su empresa

Nosotros categorizamos las respuestas con un crisp set (cs/QCA):

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0.

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1.

Antecedentes empresariales

Nosotros categorizamos las respuestas con un crisp set (cs/QCA):

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0.

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1.

Inversión económica

Nosotros categorizamos las respuestas con un crisp set (cs/QCA):

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0.

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1.

Utilización de redes sociales

Nosotros categorizamos las respuestas con un crisp set (cs/QCA):

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0.

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1.

Utilización de web 2.0

Nosotros categorizamos las respuestas con un crisp set (cs/QCA):

0 (ausencia de la categoría): Damos el valor de 0. Es decir, solamente la respuesta 0.

1 (completamente dentro): Damos el valor de 1. Es decir, solamente la respuesta 1.

Summary, introduction and final findings for the recognition of International Doctorate or «Doctor Internacional»

The entrepreneurial translator and interpreter: Determinants of T&I-firm survival. A fs/QCA analysis

1. Abstract

This study presents an empirical analysis of the determinants of firm and self-employed survival in the Spanish translation sector. In the midst of a global downturn firm and self-employed survival is a key factor for the progress of the economies and for a better and more stable future. The study presents, first of all, a review of the literature on translation, interpreting, career opportunities, and entrepreneurship, and firm survival. The following empirical analysis explores the combination of variables of human capital, contingency and economic investment that potentially drive translation and interpreting firms or self-employed entrepreneurs to survive. The study performs a comparative qualitative analysis with a fs/QCA methodology identifying nine combination of causes that lead to the outcome. The results contribute towards a better understanding of entrepreneur translators' lifespan as they provide an empirical outlook on the different causal paths that predict the survival of those translation and interpreting firms⁷⁹ or self-employed entrepreneurs. The last part concludes with the most relevant findings of this research study. With little literature on the topic of firm survival in the translation and interpreting sector the paper aims to fill this gap and make a valuable contribution to the current literature on translation-firm creation and firm and self-employed survival.

Key words: firm survival, entrepreneurship, self-employed, T&I firms, fuzzy-set.

⁷⁹ Henceforth referred to as T&I firms. In the title we only referred to Translation; however, we also include interpreting firms.

2. Introduction

These first introductory lines aim at guiding the reader through this doctoral thesis. The objective of the study is to gain further insight into a service sector that counts on very few, if any, research studies exploring current businesses performance and the performance of business owners. In this context, we examine the translation and interpreting sector and analyse the firms and self-employed entrepreneurs. It is therefore deemed necessary to study the two areas of knowledge that combined address the topic of this doctoral thesis: first, translation and interpreting, an area that will be explored from the very origins of the early translators and interpreters to the current professionals of today; and second, entrepreneurship, an area that will be also addressed from the firm creation and self-employed establishment perspectives.

These two areas of knowledge come from different theoretical backgrounds; and yet, when looking at its practical foundations both areas are, to a greater or lesser extent, shared when it comes to start, manage or perform a business. In fact entrepreneurship is today a common field of study as stated by the many European Commission's reports and recommendations (EC 2010; 2012; 2013a,b), and it is today acknowledged by the many governments across Europe "as a basic skill and a career opportunity as well as an essential part of development" (EC, 2006). Thus, translators and interpreters not only need to acquire the skills entrepreneurship entail but this is a skill everybody would need to acquire. The National Quality Assessment and Accreditation Agency of Spain (ANECA), states in its White Paper for the Degree in Translation and Interpreting that students pursuing a professional career and willing to undertake the degree need to acquire: 1) creativity; 2) entrepreneurial initiative and spirit; and 3) leadership (Aneca, 2004: 82). Moreover, European Institutions provide that entrepreneurship education and training is the engine for the economic recovery, and the path to the progress of all countries (European Commission, 2013a). Following all the recommendations, economists and policymakers have become increasingly aware of the many benefits small businesses bring to the economy.

The current global recession has increased the interest in the growth of entrepreneurs and self-employed workers due to the high levels of unemployment

many countries are encountering (Alba-Ramírez, 1991). Firm creation is the engine our economies need to boost the economic, social and cultural growth (Audrestch and Thurik, 2000; Etzkowitz and Leydesdorff, 2000). Today, many entrepreneurs have launched their business ideas and have succeeded in the face of a lasting economic downturn. Nevertheless, some businesses fail to survive where others survive. According to data, of every 100 start-ups only 50 firms survive the first three years (Alba-Ramirez, 1994), in other words, only about a half of all new small businesses survive after 4 years (Headd, 2003; Cader & Leatherman, 2011). In the face of a lasting economic downturn, why some firms succeed and survive where others fail to survive? And, what are the factors that contribute to the survival of translation and interpreting firms? These are the key questions that are posed in this doctoral thesis and following the review of the literature first and the empirical study, second, this research will give an answer to the questions.

2.1. Rationale

In the light of the above mentioned, fostering business creation is key for the economies, but also, there is a need to attempt to minimize the number of business dissolutions, or in other words, to stimulate firm survival. To properly understand how firms survive, and with the purpose of contributing to the translation and interpreting sector in Spain, it is essential to investigate and understand the determinants of business survival (Van Praag, 2003).

In this study we explore the relationship between the survival of a firm or self-employed entrepreneur in the translation and interpreting sector and variables of human capital, contingency and economic investment with the aim of outlining which combination of variables exert an influence on translation and interpreting firms or self-employed entrepreneurs to survive.

Following the literature on firm survival that suggests analyzing certain factors that contribute to the company's success (Más-Verdú, Ribeiro-Soriano & Roig-Tierno, 2015) we perform this study and pose the subsequent research questions that follow the key questions we mentined above: Do some human capital and contingency factors such as those included in this study and economic investment exert an influence on the survival of translation entrepreneurs? And if

so, what combinations of those factors drive translation entrepreneurs to succeed? We therefore, will be exploring and analyzing all the four research questions we have posed that will be ultimately discussed in the conclusions.

2.2. Objectives

The main objective of this research study is to analyse how certain factors contribute to the survival of firms and self-employed entrepreneurs. Among these factors, we analyse variables of a) human capital: entrepreneurship education, business backgrounds of the business owner or self-employed and the use of web 2.0 and social media tools; b) contingency factors: business size and gender of the owner; and c) the economic investment made by the business owner or self-employed entrepreneurs. In short, this study aims at knowing the business owners of this sector, and their firms of translation and interpreting.

To that purpose and as a secondary objective we aim to:

- 1) analyse the current situation of the translation and interpreting market, and find out what are the current job opportunities;
- 2) explore how a translation and interpreting firm is created and how self-employed entrepreneurs are established;
- 3) examine the entrepreneurship education and training both universities and individual professionals offer for translators and interpreters.

2.3. Structure

The thesis is structured in two sections and contains as follows: the first section includes a review of the literature. This section is designed to lay the foundations of our research and offers insight into the areas of T&I, and entrepreneurship and firm survival. Section two focuses on the empirical study, describes how it was carried out, the population of the study, the survey, the analysis of the sample, the methodology used to analyse the data, and describes the results and conclusions attained from the analysis. The last chapter presents the final conclusions attained from the study carried out.

Table 1. Structure of the thesis

Theoretical underpinnings	Empirical study
Chap. I. Translation and Interpreting	Chap. V. Factors influencing the survival of firms and self-employed entrepreneurs: A qualitative comparative analysis with fs/QCA
Chap. II. Translators and interpreters career opportunities	Chap. VI. Final conclusions
Chap. III. Entrepreneurship in higher education: analysis of the training programmes for translators and interpreters	
Chap. IV. Entrepreneurship, creation and survival of the firms	

Source: Self-reported

This first section, the theoretical underpinnings, begins with chapter number one and provides a brief summary of the history of translation and interpreting in both eastern and western countries. Through the history we can better understand the functions and roles of today's translators and interpreters. Then, it continues reviewing the definitions of translation and interpreting, the types and classifications, and describes the new trends in both fields, including the use of technological tools such as machine translation tools.

Chapter two reviews the current situation of the T&I market, and the career prospects we find today in the market. Then it includes a list with the steps entrepreneurs need to follow to start a new business or to become self-employed, that is, an independent worker or freelance. In this chapter the concept of entrepreneurship is addressed as the engine of job creation and economic growth, and from this perspective we argue that starting a new company or working as a freelance is an affordable and achievable option that, according to the literature, many are now adopting. This chapter attempts to respond secondary objectives numbers one and two.

Chapter three addresses secondary objective number three. This chapter has two parts: 1) first, a revision of the literature on entrepreneurship education and then analyses some entrepreneurship education programmes that universities throughout Spain are now offering as part of their curriculum. In this part we put forward that receiving entrepreneurship education does not only contribute to learning how to create a business but also contributes to acquiring entrepreneurial

skills such as creativity, innovation, entrepreneurial spirit and risk-taking that lead to success given that education and training provide with the knowledge and expertise that can teach, among other things, to run and manage a business; and 2) analyses entrepreneurial training and programmes for translators and interpreters, and provides a list with the companies and entrepreneurs who offer the training, the courses, and the type of training.

Chapter four concludes this section with a literature review on entrepreneurship, business creation and survival. Entrepreneurship is known to be at the center of the economic activity, and as many academics such as Wennemers y Thurik, (1999), Audretsch y Keilbach (2004), Van Stel, Carree y Thurik (2005), Wennemers et al (2005) argue, small and medium enterprises are a key element for the social and economic development. In this context, we first review the definition of entrepreneurship, the juncture of nature and nurture, the process of new firm creation, and we also explore the importance of innovation for the business. Secondly, we review the literature on firm survival and explain why certain variables of human capital, contingency and economic investment are relevant for this research. We then analyse the variables or attributes that exert an influence on the survival of firms and self-employed entrepreneurs, namely: size, gender, entrepreneurial backgrounds, economic investment, entrepreneurial education and the use of technologies, such as Web 2.0 and social media. These attributes conform each of the nine propositions that we pose following what the literature argues about these nine attributes.

The second section, the empirical study, begins with chapter five. This chapter initiates describing the preliminary phase of our research where we carried out a pilot study during the period 2013/2014. The pilot study includes two surveys that were first drafted and addressed to two different groups of people aiming at testing the items of the survey. The data analysis process failed to complete. Regression methods, Logit and Provit, were used to analyse the data but were unable to come with a model. Thus, a second study was designed including an improved single survey, with one dependent variable, survival, and six independent variables. This part describes in detail how the empirical study was carried out including, including the population, the survey, the data collected, etc.

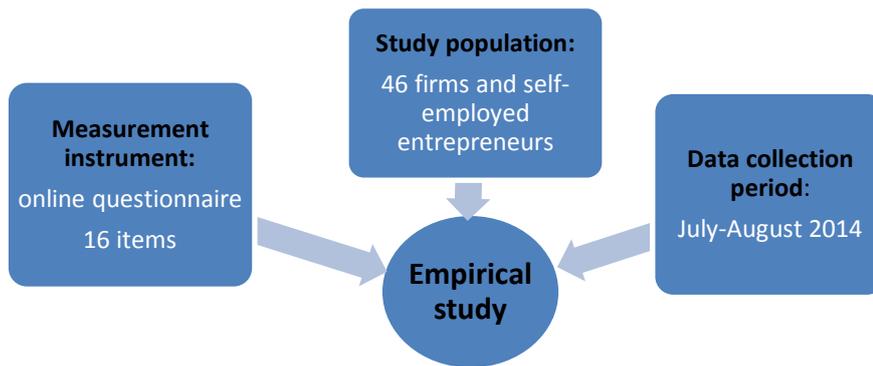
However, this time we used a different method for the data analysis, that is, fuzzy (fs/QCA), a qualitative comparative method that allows examining a sample of 46 cases and drawing into robust results and conclusions. Some implications for practitioners and policymakers are also drawn, which suggest that human capital factors such as entrepreneurship education, business backgrounds and social media, have a positive influence on firm success. Our results support the argument that different causal paths explain the survival of T&I firms.

The general conclusions wind up the second chapter of the thesis. Our final findings arise from the literature review and empirical analysis. These conclusions lead us to draw certain implications for translators and interpreters and, the academic community in general. Last but not least, we also present some limitations and future lines of research.

2.4. Methodology

For this, we performed a fuzzy-set qualitative comparative analysis (Ragin, 2000; 2008; Fiss, 2011). Our empirical study includes 46 firms and self-employed entrepreneurs of the T&I sector in Spain. The T&I sector has grown in the last decade and many firms and self-employed have successfully made their own way despite the turbulent market conditions (Kelly, 2000). Some argue that new policies developed by the Spanish government to help entrepreneurs and to reduce the unemployment rate have successfully changed the job market. The variables we analysed when combined determine the survival of the firms and/or self-employed entrepreneurs and the results will help both new entrepreneurs and business owners to find as many forms of success as the outlined in the results section.

Table 2. Empirical study: Instrument, sample and data **Source:** Self-reported



Following the empirical study process of analysis and testing data from the seven variables or factors were transferred to a database and encoded into fs/QCA. The first factor, business size, refers to the number, if any, of employees that work in the firm. The second, gender of the owner, refers to male or female gender. Factor three refers to the education or training a business owner has received before setting up his/her own business. Factor four refers to having entrepreneurial family members or having experience as an entrepreneur. Factor five, economic investment, refers to the money invested, if any, in the firm. And finally, factors six and seven refer to the use of Web 2.0 tools and social media networks for business development and growth purposes.

Table 3. T&I firms survival factors



Source: Self-reported

3. Results and conclusions of the empirical study

A fuzzy-set qualitative comparative analysis was performed (Ragin, 2000, 2008; Fiss, 2011). The data includes 46 firms and self-employed entrepreneurs of the translation and interpreting sector in Spain. The translation and interpreting sector has grown in the last decade and many firms and self-employed have successfully made their own way despite the turbulent market conditions.

Perhaps, the new policies developed by the Spanish government to help entrepreneurs and to reduce the unemployment have successfully changed the job market in Spain. Our focus however, looks at certain variables that when combined determine the survival of the firms and/or self-employed entrepreneurs.

As a result of the empirical analysis carried out in the study we find nine groups of configurations of antecedent conditions, all of them presenting acceptable consistency indexes (≥ 0.80). These configurations enabled us to describe certain patterns of those firms and self-employed entrepreneurs in the T&I sector.

A condition is necessary when its consistency score exceeds the threshold value of 0.9 (Schneider & Wagemann, 2010). Table 5 shows the consistency and coverage values for all antecedent conditions. The highest consistency value among all conditions is 0.9048, a value showing that entrepreneurship education barely exceeds the threshold. Given that this value is at the threshold we include it, and will be discussed in the results following the validation of all factors. As for the rest of the consistency values, none of the remaining variables reported a necessary condition to produce the outcome.

Table 5 here⁸⁰

Table 6 shows the results. Following Ragin's (2009) recommendation, this study reports the intermediate solution. The coding for the solution table has followed Ragin and Fiss' (2008) approach. Black circles (●) indicate the presence of a condition, white circles (○) denote its absence, and blank cells represent ambiguous conditions.

Table 6 here⁸¹

Nine configurations of antecedent conditions occur, all of them presenting acceptable consistency indices (≥ 0.80). Raw coverage indices range from 0.02 to 0.45. This variety of recipes suggests that these nine configurations are sufficient but not necessary. Consequently, no unifying causal path explains the outcome.

⁸⁰ Refer to Chapter V, Table 5, page 267

⁸¹ Refer to Chapter V, Table 6, page 268

Turning to the specific results, we find the presence of **entrepreneurship education**, in six of the nine configurations meaning that undertaking entrepreneurship education and training before starting a new business help business owners to succeed. This latter result shows that, contrary to what the analysis of necessity in table 5 infers, this factor can be included in the model as it fails to have a dominating behavior. We therefore, validate its inclusion in the study.

As for the rest of antecedent conditions, the use of the **Web 2.0** has a positive presence in 5 out of the 6 configurations where it is present. Configuration 7 shows an absence but it is offset by the use of social media. Following an in-depth analysis, we observe both Web 2.0 and **social media** simultaneously help to explain the survival of the firms. The only case where the absence is relevant is configuration 8, although it is offset by the investment, entrepreneurship education and the size.

As regards the **size** of the firms we observe that self-employed, micro and small firms dominate within this sector; however, from the vertical reading we can conclude that being micro, small or self-employed does not mean there are fewer opportunities to survive. In fact, the results show that the small size of a firm or self-employed can be offset by entrepreneurship education, the use of Web 2.0 and social media, and even by the economic investment. Hence, we can conclude that having a certain size it is not a necessary condition; the survival will depend more on the qualities and skills of the entrepreneur.

As for the **gender** and **investment**, the study showed that women have a greater presence in this sector; however, results suggest there is an unclear pattern meaning gender does not have an influence on the survival of the firm. Similarly, the **investment** pattern is unclear as it showed a positive presence in four of the six conditions where it has a presence, however, it only seems to have a positive presence with education.

Following Ragin's (2008) recommendation, the two causal paths with greater raw coverage (configurations 1 and 9) deserve further attention. **Configuration 1 –business background* entre edu* ~size–** shows that small firms or self-employed entrepreneurs survive when they have business backgrounds and

undertake entrepreneurship education. **Configuration 9 –*business background** ~*size investment** *Web** *social media****– shows that those small firms or self-employed entrepreneurs that count with business background, invest in the firm, use the Web 2.0 and social media survive and have no need to use the media as this factor is offset by these other two factors. In both cases, the business background comes as a positive factor for the firm meaning that entrepreneurs who have entrepreneurial relatives or entrepreneurial experience are more prone to success.

4. Final conclusions and implications

This study has examined the determinants of survival of translation firms. Because the survival of firms is necessary for the progress of the economies and knowledge transfer, this research is a valuable contribution to the literature. Aiming at finding the combination of variables that drive T&I firms or self-employed entrepreneurs to survive we carried out a study to shed light on a sector that counts on a limited number of related research studies. Academics have long devoted attention to entrepreneurship and firm success; however, policymakers and universities have only recently realized its strong impact on society and the economy and are now shifting their focus from theory to practice.

To address the key questions we posed in the introductory section – why some firms succeed and survive where others fail to survive? And, what are the factors that contribute to the survival of translation and interpreting firms? We carried out an empirical study and used fsQCA, a sufficiently robust and accepted method, to test the seven hypotheses proposed herein. The results suggest the existence of nine structural configurations that predict the survival of those T&I firms or self-employed entrepreneurs. According to results, both human capital factors and economic investment have a positive influence on the survival of firms, thus corroborating the research hypothesis. As for the contingency factors, the results show that they do not exert an influence on the survival of firms. Only when combined with other factors, they have a positive influence. Therefore, all seven propositions we have posed are met. Our results bring different options for the entrepreneurs willing to start a new venture or to be established as a self-employed and show as many forms of success as the causal conditions described.

Entrepreneurship education acts as a proxy for business success since for both business owners and self-employed as well as for those willing to start a new

business such training can have a real and lasting impact. Likewise, business backgrounds act as a proxy for business success. In fact, it is well accepted that the more you train and learn by doing the more you gain.

Further conclusions can be derived from this research study. Starting of from the literature review, the theoretical framework aims to not only lay the foundations of our empirical study but it also serves as a practical guide for translators and interpreters who would like to know more about the sector, in general, and also for those who intend to start a new translation or interpreting agency and those who intend to establish as freelance. Chapters two, three and four are full of valuable and up-to-date information that can serve practitioners, students and universities, for their different purposes. Also this study contributes to the academic community and sheds public light on a sector that although it has a long history and is well established, it fails to have a legal Association of Translators and Interpreters that rules and controls the sector, appoints certified translators and interpreters and prevents the massive wave of professional intrusion Spain is going through in the last decades.

As for the empirical study, this research contributes to the literature with a novel study that combines a qualitative comparative method testing translation and interpreting firm, a complet novelty for both areas. It also contributes to the academia with significant results and implications for practitioners and policymakers and it states most notably that entrepreneurial education is the engine for the regions and countries, and universities to grow and succeed. Last but not least, the findings will, hopefully, encourage others to continue in this line and by using richer data sets, broaden the scope of this academic area.

5. Limitations and future lines of research

Despite covering an existing gap in the literature, this study presents several limitations, which create at the same time opportunities for future research. First, the survey fails to differentiate business owners to self-employees, thus addressing both groups separately would be more informative and cover a wider scope of the T&I market. Second, a further research study addressing every community in Spain can help to define the sector more precisely. To achieve the latter, we would need a

bigger sample as well as a focus on both qualitative and quantitative analysis. Finally, cross-country comparisons represent another opportunity for future studies.

6. Bibliography

- Alba-Ramírez, A. (1991). *Fixed-term Employment Contracts in Spain: Labor Market Flexibility or Segmentation?*. Universidad Carlos III de Madrid
- Alba-Ramirez, A. (1994). Self-employment in the midst of unemployment: the case of Spain and the United States. *Applied Economics*, 26(3), 189-204.
- Aneca (2004). Libro blanco: *Título de grado en traducción e interpretación*. Ministerio de Educación.
- Audrestch, D.B. & Thurik, A.R. (2000). *What's new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies*. ERIM Report Series Research in Management. Erasmus Research Institute of Management (ERIM), Erasmus University of Rotterdam.
- Cader, H. A., & Leatherman, J. C. (2011). Small business survival and sample selection bias. *Small Business Economics*, 37(2), 155-165.
- Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from national systems and 'mode 2' to a triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy* 29, 411-424.
- European Commission (EC, 2006). Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning. *Official Journal of the European Union, COM (2006) 33 final*. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2006:309:0110:0114:EN:PDF>
- European Commission (2008). *Entrepreneurship in Higher Education, especially in non-business studies*. Final Report of the Expert Group. Bussels: Directorate-General for Enterprise and Industry. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf
- European Commission (2012). *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Brussels: Directorate -General for Enterprise and Industry. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf
- European Commission (2013a). *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 9.1.2013. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>
- European Commission (2013b). *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels 9.1.2013. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:PDF>

- Fiss, P.C. (2011). Building better causal theories: A fuzzy set approach to typologies in organization research. *Academy of Management Journal*, 54(2), 393-420.
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61.
- Mas-Verdú, F., Ribeiro-Soriano, D., & Roig-Tierno, N. (2015). Firm survival: The role of incubators and business characteristics. *Journal of Business Research*, 68(4), 793-796.
- Ragin, C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ragin, C.C. (2000). *Fuzzy-set social science*. University of Chicago Press.
- Ragin, C. & Fiss, P.C. (2008). Net effects analysis versus configurational analysis: An empirical demonstration, pp. 190-212, en: Ragin, C., *Redesigning Social Inquiry: Set Relations in Social Research*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Schneider, C.Q. & Wageman, C. (2010). Standards of good practice in Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Fuzzy-Sets. *Comparative Sociology*, 9, 1-22.
- Van Praag, C.M. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small Business Economics*, 21(1), 1-17.