



Entreculturas 14 (2024) pp. 100-117 — ISSN: 1989-5097

# Anuncios electrónicos de empleo para traductores en México: ¿qué piden y qué ofrecen los anunciantes?

*Electronic job advertisements for translators in Mexico: What do employers want and what do they offer?*

 Dorit Heike Gruhn  
 Thomas McElwaine  
 Gaspar Ramírez Cabrera

Facultad de Lenguas, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)

Recibido: 8 de febrero de 2023

Aceptado: 3 de octubre de 2023

Publicado: 27 de febrero de 2024

## ABSTRACT

The present study analyzes a sample of 120 electronic job advertisements for translators in Mexico. The working conditions advertised, the job profiles and the corresponding requirements were investigated. Methodologically, the contents of the advertisements were classified according to the categories of the O\*Net-Content-Model, a taxonomy published by the United States Department of Labor's Employment and Training Administration. The results show a demand for highly specialized translations, particularly from the private sector, combined with interpreting and more general duties. Many advertisers exhibit a lack of awareness of the complexity of translation work which leads them to ignore the professional training and the linguistic level required. To this can be added the precarious employment and the low salaries offered by the majority of these posts.

**KEYWORDS:** electronic job advertisements, translators in Mexico, requirements for translators.

## RESUMEN

Se analiza una muestra de 120 anuncios de empleo electrónicos para traductores en México para conocer las condiciones de trabajo anunciadas, el perfil de las vacantes y los requisitos a cumplir. Metodológicamente, el contenido de los anuncios fue codificado según las categorías del O\*Net-Content-Model, una taxonomía del United States Department of Labor's Employment and Training Administration. Como resultados se perfila una demanda de traducciones altamente especializadas, proveniente esencialmente del sector privado, a menudo en combinación con actividades de interpretación y tareas de tipo asistencial. Se observó una falta de conciencia en gran parte de los anunciantes ante la complejidad de la actividad traductora, lo que los lleva a ignorar la formación profesional y el nivel lingüístico que esta requiere. Esto va de la par con la situación laboral precaria y el bajo nivel salarial que implican la mayoría de estos puestos.

**PALABRAS CLAVE:** anuncios de empleo electrónicos, traductores en México, requisitos de empleo para traductores.

## 1. Introducción

La formación universitaria de traductores<sup>1</sup> toma sus inicios en la primera mitad del siglo xx y, desde la segunda mitad, la oferta de estudios en la disciplina se multiplica en todo el mundo (Kadrik et al., 2016:5-6). En cuanto al continente americano, con un poco de retraso, el Instituto Superior de Intérpretes y Traductores (ISIT), institución privada ubicada en la Ciudad de México, marca el punto de partida a este respecto: «El ISIT se fundó en 1980. Fue la primera institución en toda América en ofrecer las licenciaturas en Interpretación y en Traducción» (ISIT, 2020). De allí que, progresivamente, se van constituyendo más licenciaturas en México, contando en la actualidad con dos opciones en universidades públicas, además de la oferta en varias universidades privadas. A esto se agregan diversos programas de maestría y especialidad, así como diplomados en temas de traducción (toda la oferta nacional fue compilada por Libreros Cortéz y Ortiz Lovillo, 2021).

Ahora bien, es de suponerse que los egresados de estos programas encuentren una alta demanda laboral. Las interrelaciones estrechas a nivel global en términos políticos, comerciales, científicos, culturales, etc., han hecho de los servicios de traducción un mercado en auge. Para el mercado de los Estados Unidos de América, por ejemplo, el Bureau of Labor Statistics (2022) proyecta un crecimiento del 24% durante la década actual, muy encima del promedio de otras profesiones. En Europa, la European Union of Associations of Translation Companies (EUATC, 2022) realiza una encuesta anual entre diferentes actores del ramo (empresas y profesionistas) y el reporte de 2022 llega a la conclusión de que «2021 performance has largely restored the industry's confidence in continued growth and development after the 2020 Covid disruption» (EUATC, 2022:8). Las áreas en las que se espera el mayor crecimiento son la traducción legal, gubernamental, médica, técnica/ingeniería y de *software* (EUATC, 2022: 15). Sin embargo, el estudio arroja también

que la mayoría de las actividades comerciales de las empresas del ramo se lleva a cabo dentro de Europa y que sólo el 12% corresponde a interacciones comerciales con otros continentes (EUATC, 2022: 14). Lo que deja abierta la interrogante sobre la situación del mercado de servicios lingüísticos en México.

Desgraciadamente, no se cuenta con datos análogos para el contexto mexicano. Los dos estudios existentes son las encuestas que Fernández Acosta (2018) y la Fundación Italia Morayta (2017) aplicaron a traductores e intérpretes activos en México. Esta última logró reunir una muestra de 1087 encuestados. Para elaborar su perfil, el estudio recopiló información acerca de una amplia gama de aspectos, tales como su sexo, distribución geográfica, combinación lingüística, estudios formales, certificaciones, situación laboral, productividad, ingresos y cobertura social. También se establecieron correlaciones tales como ingresos según la edad o según la combinación lingüística.

Lo que hasta la fecha queda aún sin explorar es la perspectiva de los empleadores. He aquí una laguna de investigación que, a través del presente trabajo, esperamos reducir. Para tal efecto, se recabó una muestra de anuncios electrónicos de empleo para traductores. Los objetivos de la investigación son los siguientes: conocer las condiciones de trabajo anunciados (lugar y/o modalidad de trabajo, jornada, tipo y duración del contrato, remuneración) así como el perfil de las vacantes (áreas de especialidad, combinación lingüística, tareas, manejo de tecnología) y, por el otro, las expectativas de los empleadores en cuanto al perfil de los traductores a contratar (estudios formales, conocimientos, habilidades, experiencia, licencias), todo según la información proporcionada en los anuncios. Se espera que los hallazgos complementen la perspectiva de los profesionales, recabada en estudios anteriores.

## 2. Un enfoque desde la economía laboral

Los estudios de anuncios de empleo se realizan a menudo con objetivos propios de las ciencias de la educación. Identificar la cualificación formal y las competencias que

<sup>1</sup> En el presente trabajo se emplea el masculino genérico, siendo un género gramatical no marcado y entendiéndose que incluye a personas de cualquier sexo.

solicita el mercado permite sacar conclusiones acerca de las necesidades educativas de una sociedad. La presente investigación se limita a explorar algunas tendencias de este mercado, agregando tan solo consideraciones generales sobre el panorama formativo a partir de los hallazgos. Se descartó enfocarla desde una perspectiva pedagógica o traductológica como, por ejemplo, un modelo de competencias traductorales (véase EMT, 2022 o Hurtado Albir, 2017), dado que esto hubiera sido restringir de antemano el horizonte a explorar. No puede suponerse que los anunciantes estén familiarizados con estos modelos o que los usen como referente. Por otro lado, poner el foco en las competencias dejaría en la sombra otros aspectos de las vacantes, tales como las condiciones de trabajo.

La perspectiva que rige esta investigación proviene de la economía laboral. Esta estudia «los mercados en los que se “compran” y se “venden” los servicios de trabajo» (McConnell et al., 2007: 2) y, en su dimensión microeconómica, «se ocupa de las decisiones de las unidades económicas individuales y del funcionamiento de mercados específicos» (McConnell et al., 2007: 7). La perspectiva económica sobre el mercado de trabajo parte de tres supuestos: «la escasez de recursos en relación con los deseos, la conducta intencionada basada en comparaciones de los beneficios y los costes y la adaptabilidad de la conducta a los cambios de las circunstancias» (McConnell et al., 2007: 5). Aplicado a nuestro contexto: el anuncio de empleo es el resultado de un balance que hizo el empleador entre los beneficios deseados (plusvalía de los productos o servicios ofrecidos) y costes (salario, capacitación, etc., del nuevo trabajador). Definimos el anuncio de empleo como un texto escrito de carácter público que caduca al cumplir su función apelativa (la contratación de un candidato). Para poder ser eficaz (atraer a los escasos candidatos idóneos y mantener alejados a los demás), el anuncio debe seguir ciertas convenciones textuales tales como: ser breve, sucinto, monológico y usar un lenguaje sencillo. Debe incluir información clave como título del cargo, descripción de la vacante, rango salarial, etc. La relativa homogeneidad de los anuncios facilita, por lo tanto, aislar determinados segmentos de contenido para su estudio.

### 3. Diseño del estudio

#### 3.1. La muestra del estudio

Las ventajas de un análisis de anuncios son el carácter no-reactivo de la muestra (contrariamente a las entrevistas o encuestas, por ejemplo), además de ser de fácil accesibilidad y gratuita. La muestra de 120 anuncios electrónicos aquí analizada fue obtenida de la plataforma LinkedIn (mediante aviso automático) en el período del 01/08/2021 al 31/05/2022. LinkedIn, por su lado, integra también anuncios de otras plataformas, tales como Computrabajo, Confidencial, Jobtify y trabajos.mx, etc., por lo que consideramos haber reunido una muestra representativa de los anuncios del período. Sólo hubo dos criterios de inclusión a la muestra: el cargo anunciado debía ser el de traductor y el trabajo debía localizarse en México<sup>2</sup>. Hay que hacer hincapié en que el período de recolección corresponde a la crisis sanitaria por COVID 19, pero no existen datos que permitiesen comparar volumen o características de los anuncios con períodos anteriores<sup>3</sup>. Por otro lado, es de subrayarse que la cantidad de anuncios no refleja la totalidad de oferta de trabajo del período, ya que hay solicitantes de servicios de traducción que contactan de forma directa a agencias o profesionales independientes.

#### 3.2. El O\*Net Content-Model

Para poder clasificar la información de los anuncios recopilados necesitamos un modelo que abarque tanto los requisitos para el trabajador como el perfil del puesto de

<sup>2</sup> La muestra no incluye anuncios dirigidos exclusivamente a intérpretes.

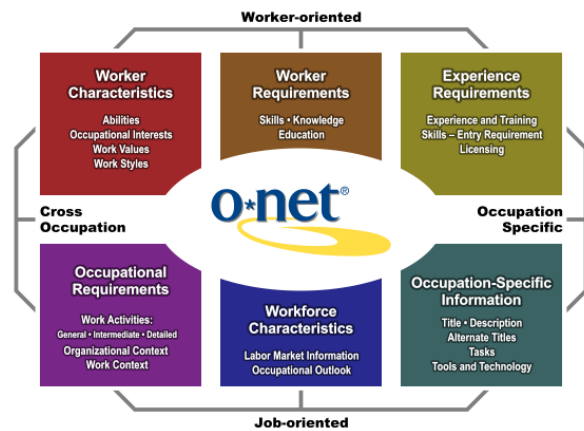
<sup>3</sup> Chen (2020: 14) apunta que «en 2020, las tendencias de anuncios de vacantes laborales [de todos los sectores] sufrieron una acusada caída del 50% en promedio en determinados países en las primeras semanas de la pandemia de COVID-19 y continúan claramente por debajo de los niveles de años anteriores». México forma parte de la muestra. Por su lado, Weller (2020: 12) constata un notable aumento del teletrabajo como modalidad que atenúa el impacto de las medidas de contención del COVID-19. Es de observarse que las actividades de traductor/intérprete parecen ser fácilmente adaptables a esta modalidad.

trabajo. Desde 1998, el United States Department of Labor's Employment and Training Administration (ETA) publica el O\*Net-Content-Model (*Occupational Information Network*) (O\*NET Resource Center, 2022 –en lo subsiguiente O\*NET–), el cual cubre ambos aspectos. El modelo consiste en una taxonomía con seis dominios-base. Los tres superiores están centrados en el trabajador. En cambio, los tres inferiores están centrados en el empleo. Para cada una de las 1016 ocupaciones (última actualización de 2022) se puede desplegar una gama de descriptores por dominio. Estos descriptores son el resultado de encuestas estandarizadas, las cuales fueron aplicadas a un gran número de actores del mercado laboral de los EE. UU. En un análisis de su validez, Handel (2016: 172) llega a detectar una serie de flaquezas en cuanto a los ítems del O\*Net como, por ejemplo, falta de nitidez y redundancia, pero, a modo de conclusión, le acredita utilidad para investigaciones sobre el mercado laboral. Los traductores e intérpretes (O\*NET SOC Occupation Group 27-3091.00) están representados mediante un total de 138 descriptores. Sin embargo, no recurrimos a los descriptores detallados del grupo 27-3091.00, dado que han sido elaborados a partir del mercado estadounidense y no forzosamente representan al mexicano.

La figura 1 reproduce la matriz del O\*Net-Content-Model con los seis dominios-base, así como las categorías que estos comprenden, y las tablas 1 y 2 (ver página siguiente) presentan resúmenes explicativos en español<sup>4</sup>. Ahora bien, tomar en cuenta también los dos dominios que se entienden independientes de un puesto en específico<sup>5</sup> (del lado izquierdo de la matriz) significaría exceder los límites y posibilidades del presente estudio, por lo que se excluyen del análisis. Los cuatro dominios-base (en medio y a la derecha), junto con las categorías incluidas en cada uno, proveen la cuadrícula-marco del presente trabajo que per-

mite organizar el contenido de los anuncios, conservando la mayor apertura posible. Por orden lógico, se empieza con el perfil de los puestos (dominios inferiores), prosiguiendo con el perfil de los trabajadores (dominios superiores).

Figura 1. Matrix del O\*Net-Content-Model (O\*Net 2022).



### 3.3. Procedimiento metodológico

El análisis de contenido se fundamenta en la segmentación del cuerpo de textos. Se aíslan pequeñas unidades de texto de los anuncios que pueden ser asignadas a alguna de las categorías preestablecidas por el O\*Net-Content-Model. Anteriormente se procedió a describir cada una de las categorías y determinar los criterios para que un dato se incluya en ella. De allí, las unidades de texto son capturadas en una lista de Excel, cuyas columnas corresponden a las 11 categorías (más una columna con el nombre del anunciante y otra con la fecha de recuperación). Por otra parte, cada renglón corresponde a la información de un anuncio. Las unidades de texto a clasificar pueden consistir en una sola palabra («meticulosidad») o –más frecuente– unidades semánticas de varias palabras («Licenciatura concluida en traducción o afín»). Posteriormente, a cada dato se le asigna un código numérico según su categoría (si esta contiene varios apartados también la subcategoría) a la que pertenece. Por cada código se recaban todas las opciones de respuesta que aparecen en los anuncios y se les asigna una letra que va a formar parte del código.

<sup>4</sup> La traducción inglés-español de la información contenida en la tabla es de los autores del presente artículo.

<sup>5</sup> Comprenden, entre otros, en cuanto al empleo, el contexto laboral o actividades laborales no específicas y, en cuanto al trabajador, aptitudes personales permanentes o valores.

Tabla 1. Resumen de los dominios centrados en el puesto de trabajo de la matriz del O\*Net-Content-Model (O\*Net 2022), así como de las categorías que comprenden.

DOMINIOS CENTRADOS EN EL PUESTO DE TRABAJO	
<b>Características del campo laboral</b>	
<b>Factores socioeconómicos que influyen en la actividad laboral. Estadísticas sobre situación actual y perspectivas</b>	
<b>Información sobre el mercado laboral</b>	Perfil actual de la fuerza laboral en el campo (características, sueldos, etc.)
<b>Pronóstico ocupacional</b>	Perspectivas (demanda, sueldos, etc.)
<b>Información específica del puesto (En función de un puesto específico)</b>	
<b>Conjunto de elementos que aplican a un puesto en específico</b>	
<b>Título del puesto</b>	Título, títulos alternativos
<b>Descripción</b>	Obligaciones importantes con las que el trabajador debe cumplir en el puesto
<b>Tareas</b>	Tareas específicas del puesto
<b>Manejo de tecnología y herramientas</b>	Manejo de tecnología, <i>software</i> , máquinas, equipo y herramientas necesarios para cumplir con las funciones del puesto

Tabla 2. Resumen de los dominios centrados en el trabajador de la matriz del O\*Net-Content-Model (O\*Net 2022), así como de las categorías que comprenden.

DOMINIOS CENTRADOS EN EL TRABAJADOR	
<b>Requisitos para el trabajador</b>	
<b>Atributos del trabajador adquiridos o desarrollados durante su formación o con la experiencia</b>	
<b>Habilidades básicas</b>	Habilidades desarrolladas que faciliten el aprendizaje o la adquisición más rápida de conocimientos (como comprensión lectora, escritura, matemáticas, etc., así como determinados procesos: pensamiento crítico, estrategias de aprendizaje, etc.)
<b>Habilidades interfuncionales</b>	Habilidades que faciliten el desempeño laboral (tales como sociales, resolución de problemas, técnicas, comprensión de sistemas socio-técnicos y uso eficiente de recursos)
<b>Conocimientos</b>	Conocimientos y principios relacionados con el área
<b>Formación</b>	Nivel de educación formal Certificaciones relacionadas con la actividad profesional Programa instruccional requerido para el puesto Nivel educativo en áreas o materias específicas
<b>Experiencia requerida</b>	
<b>Requisitos relacionados con actividades laborales anteriores en función de determinados tipos de actividades del puesto</b>	
<b>Experiencia y capacitación</b>	Experiencia laboral, capacitación, etc.
<b>Habilidades básicas e interfuncionales – requisitos de ingreso</b>	Misma descripción como la del dominio anterior
<b>Licencias</b>	Todo tipo de licencias, certificados o registros que demuestran determinadas habilidades adquiridas, necesarias para el puesto

En el caso de palabras o unidades de texto sinónimas o equivalentes por traducción, éstas se registran con la misma letra (por ejemplo: modalidad presencial – trabajo en las instalaciones de la empresa; *team player* – trabajo en equipo). A la opción «sin datos» se le asignará el número «0». Teniendo toda la información codificada de esta manera, se procede al conteo automático con las herramientas de Excel para obtener la distribución de frecuencias. A manera de ejemplo, a continuación, la descripción, codificación y el conteo de la subcategoría 3.2. (para ubicarla dentro de la cuadrícula-marco véase la tabla 3).

Estamos conscientes de que los valores numéricos obtenidos a partir de la muestra no representan la «realidad laboral». Lo que reflejan son las actitudes de los anunciantes y, en este sentido, son datos cualitativos: «Job adverts may be written to reflect a desired future state, rather than a current reality. They can be viewed as qualitative data which reflect ideal values» (Xu, 1996: 29).

## 4. Resultados

### 4.1. Perfil de los anunciantes

Inicialmente se establece un perfil de los anunciantes, dividiéndolos tanto en organismos sin fines de lucro y gubernamentales como en empresas privadas del sector secundario y terciario, determinando también su giro de actividades.

Dos de los anuncios no incluyen el nombre del anunciante. Siete anuncios son de organizaciones sin fines de lucro (asistencia médica y legal), uno de una embajada extranjera. Los demás anunciantes (110)<sup>6</sup> son empresas del sector privado. De estos, más del tercio proviene de agencias de traducción (19) o subcontratistas (25), es decir, agencias que colocan personal en otras empresas. Otros siete se dedican a servicios educativos o legales, dos son editoriales y cuatro plataformas temáticas (p. ej. de recetas

Tabla 3. Subcategoría 3.2: Combinaciones lingüísticas. Fuente. Elaboración propia.

DOMINIO: INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO			
Conjunto de elementos que aplican a un puesto en específico			
Categoría	Descripción de la subcategoría	Criterios de inclusión (elaboración propia)	
3. Descripción (de obligaciones importantes del puesto)	3.2 Combinación lingüística (como dato fundamental del puesto)	Mención explícita de la combinación lingüística a manejar en el puesto. Ejemplo: «español – inglés»	
Combinaciones lingüísticas (en uno o ambos sentidos). (Combinaciones de tres lenguas van resaltadas con sombreado)			
	Código	Conteo	
Sin datos	3.2 0	1	
Alemán/español	3.2 A	3	
Chino mandarín, chino cantonés, chino (sin especificar)/español	3.2 B	25	
Chino (sin especificar)/inglés	3.2 C	1	
Chino (sin especificar)/español/inglés	3.2 D	5	
Coreano/español	3.2 E	2	
Farsi/inglés/español	3.2 F	1	
Francés o francés criollo/español	3.2 G	4	
Francés o francés criollo/inglés/español	3.2 H	3	
Inglés/español	3.2 I	44	
Inglés/alemán/español	3.2 J	1	
Inglés/portugués	3.2 K	1	
Inglés/(diversas lenguas del mundo)*	3.2 L	4	
Español/(diversas lenguas del mundo)*	3.2 M	5	
Japonés/español	3.2 N	12	
Japonés/inglés	3.2 O	2	
Japonés/inglés/español	3.2 P	3	
Portugués/español	3.2 Q	3	
<b>Total</b>		<b>120</b>	

\* El anuncio despliega una gama de lenguas (con poca o nula difusión en México), tales como tatar, minangkabau, árabe, mizo, vasco, dinka, tsonga, santali, hindi, finés, griego, etc., de las cuales el traductor seleccionará una como lengua de llegada.

<sup>6</sup> Se están contando los anuncios, no la cantidad de empresas u organismos (de los cuales algunos han publicado varios anuncios en el período).

de cocina) o de ventas. Cinco anunciantes producen material multimedia de diversa índole.

Los 48 anuncios restantes, en su mayoría, provienen de multinacionales, 18 del sector productivo, principalmente del ramo automotriz o de construcción y, en menor medida, de tecnología médica. Con la cuarta parte de todos los anuncios (30), la cohorte más grande corresponde al sector de servicios (sociedades financieras, consultorías, grupos bursátiles, servicios logísticos o digitales, seguros, etc.).

En cuanto a la nacionalidad de los anunciantes, se constata una estrecha mayoría de anunciantes nacionales (55 %). La casi totalidad de las agencias de traducción y subcontratistas son mexicanas (con dos excepciones). Por lo demás, predominan netamente los extranjeros: la embajada y todos los organismos sin fines de lucro son extranjeros, con establecimiento en México. Las instituciones que ofrecen servicios educativos o legales, así como las plataformas de internet son extranjeras (una excepción). De las empresas productoras de material multimedia, tres son mexicanas y dos extranjeras y las dos editoriales son mexicanas.

De los 18 anuncios del sector productivo, la totalidad fue publicada por multinacionales con matriz extranjera. Predominan las empresas asiáticas (10 anuncios), además de cuatro empresas estadounidenses (6 anuncios), una alemana y una colombiana. Todas tienen subsidiarias con razón social en México. De los 30 anuncios del sector terciario (servicios) 18 son de empresas mexicanas y 12 de extranjeras con sedes en México (de las cuales una multinacional de Indonesia, dos estadounidenses y dos inglesas). De todos los anuncios de empresas extranjeras sólo el 25 % son estadounidenses.

## 4.2. Dominios centrados en el puesto de trabajo

### 4.2.1. Dominio «Condiciones de trabajo y sueldos»

El O\*Net-Content-Model recoge las características del campo laboral desde una perspectiva socioeconómica, algo que no aplica en el caso del presente trabajo. En su lugar, se analizará la información sobre las condiciones laborales y la remuneración de los puestos.

Tabla 4. «Perfil laboral del puesto» (adaptación de O\*Net 2022).

#### DOMINIO: CARACTERÍSTICAS DEL CAMPO LABORAL

Condiciones laborales y remuneración		
Categoría	Descripción/ subcategorías	Criterios de inclusión (elaboración propia)
1. Perfil laboral del puesto	1. Lugar y modalidad de trabajo 2. Jornada de trabajo 3. Tipo y duración del contrato 4. Remuneración	Mención explícita de: lugar y modalidad de trabajo, jornada, forma de contratación, duración del contrato, sueldo / prestaciones. Ejemplos: híbrido, CDMX, jornada completa, sueldo competitivo, prestaciones de ley

*Lugar de trabajo:* Sigue predominando el modo presencial:

Tabla 5. Lugar de trabajo (elaboración propia).

Modo	Anuncios	n = 120
Presencial	90	75 %
Home Office	17	14,17 %
Híbrido	11	9,17 %
s/d	2	1,67 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100 %</b>

De los puestos presenciales, casi la mitad (44) se localiza en la Ciudad de México. Los demás se reparten en 15 estados, siendo predominantes tres estados con importantes asentamientos industriales: Guanajuato (9), Nuevo León (6) y Baja California (norte) (4). En cuanto a los trabajos híbridos, predomina también la Ciudad de México como sede de las horas presenciales (5/11).

*Jornada de trabajo:* El 85,8 % de los anunciantes requiere que se trabajen jornadas completas (a veces con horas extras), el 1,7 % anuncia un medio tiempo y el 3,3 % un horario flexible o pago por proyecto. En los casos restantes no hay datos al respecto.

*Tipo de contratación y/o duración del contrato:* En cuanto al tipo de contratación, el 63,3% de los anuncios no señala nada al respecto, el 24,2% ofrece una contratación por obra/proyecto o como *freelance* y sólo el 12,5% busca explícitamente a un empleado de planta, con un contrato de tiempo indeterminado.

*Sueldo y prestaciones:* La mayoría de los anuncios (72,5%) no señala ningún sueldo, en algunos casos sólo se promete un sueldo «competitivo»<sup>7</sup> o «negociable». El 15% menciona prestaciones de ley o superiores a la ley. Algunos anunciantes subrayan el valor simbólico de trabajar con ellos («formar parte de una empresa importante», etc.), sin mencionar el sueldo.

Tabla 6. Sueldos a partir de 20 000 Pesos/mes en correlación con la combinación lingüística requerida y el giro empresarial.  
Fuente: elaboración propia.

Sueldo/mes	Combinación lingüística	Giro de la empresa
20 000-40 000	Chino/español/inglés	Subcontratista
25 000-35 000	Chino mandarín/español	Subcontratista
30 000	Chino/inglés/español	Subcontratista
30 000-35 000	Chino mandarín/español	Logística
30 000-35 000	Chino/español	Subcontratista
30 000-35 000	Chino mandarín/inglés/español	Soc. financiera
30 000-35 000	Chino/español	TI
29 000-41 000	Japonés/español	Sector textil
40 000	Chino/español/inglés	Construcción
45 000-50 000	Japonés/español	TI

<sup>7</sup> Algunos anuncios presentan errores ortográficos y/o sintácticos, los cuales han sido corregidos en las citas.

Del 27,5% de los anuncios que sí publica el sueldo, la mayoría oscila entre 12 000 y 20 000 pesos mexicanos/mes<sup>8</sup>. Los sueldos más bajos, entre 9000 a 12 000, son ofrecidos por agencias de traducción o de colocación de personal, siempre para la combinación inglés/español, salvo un caso de alemán/español. Una sola agencia publica un pago por palabra (0,45 pesos, inglés/español), otra por cuartilla (120 pesos, español/inglés). Los sueldos a partir de 20 000 y hasta 50 000 Pesos/mes (10 anuncios = 8,3%) se correlacionan con combinaciones lingüísticas que incluyen el chino o el japonés y en todos los casos se trata de empresas privadas de los sectores secundario o terciario, tanto nacionales como extranjeras, o subcontratistas que colocan personal en estos sectores.

#### 4.2.2. Dominio «Información específica del puesto»

Aquí se incorporan todos aquellos datos que describen la vacante y que no se consideran para los dominios centrados en el trabajador (algunos datos pueden ser interpretados desde ambas perspectivas). Conforme a la matriz del O\*Net-Content-Model, el manejo de tecnología y herramientas también se coloca aquí (ver tabla 7 en página siguiente).

*Título del puesto:* Los títulos de los anuncios suelen reproducir el título del puesto con mayor o menor precisión. Generalmente incluyen el nombre de la profesión, seguido de la combinación lingüística o lengua extranjera requerida: «traductor de chino», ocasionalmente también de la disciplina a traducir: «traductor técnico». A veces señalan que el solicitante deberá cubrir doble funciones, tales como «traductor/instructor», «asistente de ventas/traductor», etc. 15 de los títulos explicitan que se está buscando a un traductor e intérprete a la vez. Pero hay otros 29 anunciantes que buscan lo mismo, sin anunciarlo en el título. No es hasta leer la descripción de puesto o tareas que se aclara este punto. En total son 44 (36,7%) vacantes que requieren de ambas actividades, 28 de las cuales con los idiomas chino o japonés.

<sup>8</sup> Cuatro anunciantes especifican que el sueldo publicado es neto, los demás no suelen aclarar este punto y debe suponerse bruto. Al 20/01/2023, 1€ equivale a aproximadamente 20,49 pesos mexicanos.



Tabla 7. «Información específica del puesto» (O\*Net 2022).

DOMINIO: INFORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO		
Conjunto de elementos que aplican a un puesto en específico		
Categoría	Descripción/subcategorías	Criterios de inclusión (elaboración propia)
2. Título del puesto	Título, otros títulos, título abreviado	Título del anuncio. Ejemplo: «traductor chino-español-inglés»
3. Descripción	Obligaciones importantes con las que el trabajador debe cumplir en el puesto Se refiere a una descripción general de la profesión, la cual subsumimos en la categoría 4. Aquí sólo se incluyen: 1. Tipo de traducciones requeridas (giro) y 2. Combinación lingüística requerida (como dato fundamental del puesto)	Mención explícita de la temática en la que el traductor habrá que desenvolverse. Ejemplo: «textos científicos, técnicos o de interés general» Mención explícita de la combinación lingüística a manejar en el puesto. Ejemplo: «español-inglés»
4. Tareas	Tareas específicas del puesto	Actividades notificadas en el anuncio. Ejemplo: «Se encargará de traducir y/o corregir traducciones del alemán al español realizadas mediante un asistente (inteligencia artificial)»
5. Manejo de tecnología y herramientas	Manejo de tecnología, <i>software</i> , máquinas, equipo y herramientas	Mención de algún <i>software</i> en específico. Ejemplo: «conocimiento de Trados (deseable)»

*Especialidad de las traducciones:* La especialidad de las traducciones a realizar se desprende de los rubros de actividades o experiencia. En ocasiones hay que deducir el dato del giro de la empresa/organización ya que el anunciante no lo hace explícito. Más del 10 % de los anunciantes –todos agencias de traducción o subcontratistas– no señala de qué tipo de traducciones se trata.

Los temas más representados son traducciones técnicas y de ingeniería, seguidas por el sector de servicios empresariales tales como financieros, consultoría y ventas. Siguen ya muy por detrás los temas médicos, farmacéuticos o de biotecnología, así como los legales y humanitarios (migrantes). Todos juntos suman alrededor del 90 % de la demanda de traductores. Cualquier otro contenido representa menos del 5 % de la muestra de anuncios. En resumen, lo que se requiere son casi exclusivamente traductores de textos especializados o altamente especializados.

Tabla 8. Especialidad de los textos a traducir/giro.  
Fuente: elaboración propia.

Especialidad/giro	Conteo
Técnico/automotriz, ingeniería	42
Financiero, consultoría, logística, ventas, <i>marketing</i>	34
Médico, farmacéutico, biotecnología	16
Legal, ayuda humanitaria	15
Administrativo, documentación	6
Académico, educativo	5
Construcción, obras civiles	4
Auditivo, subtitulador	4
General	4
Científico	2
Sin datos	13
Subtotal	144
Varias menciones en un mismo anuncio	-24
<b>Total</b>	<b>120</b>

*Combinación lingüística:* En cuanto a las combinaciones lingüísticas que deben manejarse en el puesto anunciado (véase tabla 3), la lengua inglesa sigue siendo la lengua de mayor demanda con 65 anuncios (54,2%). Sin embargo, de ellos hay 21 donde se solicita el inglés en combinación con otra lengua, especialmente el chino o el japonés, es decir que sólo 44 anuncios (36,7%) abarcan combinaciones clásicas de español/inglés. Poco más del 10% de las vacantes son para traductores con tres lenguas.

El 25,8% de los anunciantes requiere traductores de/a una lengua china<sup>9</sup>, el 14,2% del/al japonés. Cualquier otra lengua queda relegada a una demanda insignificante.

*Tareas:* Casi el tercio de los datos recabados (en palabras) corresponde a la descripción de las tareas del puesto, lo que deja entrever que los anunciantes le conceden importancia. Sólo el 19,2% de los anunciantes omitió dar información al respecto.

Las descripciones son divergentes y difíciles de clasificar. Aproximadamente el tercio tiende a ser breve: se incluye la actividad principal (p. ej. traducir), el giro temático (p. ej. legal), a veces se mencionan los plazos a cumplir o el contexto laboral: «Traducción en juntas sobre temas de producción, traducción de documentos en ambos idiomas»; «Que traduzca artículos académicos arbitrados del español al inglés»; «Cumplimiento de objetivos diarios y semanales», etc.

La demanda por retrabajos de traducciones generadas automáticamente es todavía poca (9 anuncios). Dos veces se pide también el perfeccionamiento del sistema: «In charge of providing translation rules feeding the auto-translation system in order to improve the auto-translation result in a more sustainable way». Un anunciante busca a un *chatbots translator* y provee una descripción muy detallada de las habilidades lingüísticas y técnicas que esto implica.

Como ya se ha visto más arriba, a menudo las actividades de traducción van combinadas con otras tareas, administrativas o asistenciales, o más estrechamente vinculadas

a la traducción, como revisión de estilo, control de calidad, edición, coordinación de proyectos, dirección de equipos de traducción, manejo de archivos técnicos, actualización de bases de datos, etc. Algunas tareas implican conocimientos especializados de los procesos del empleador, aquí dos ejemplos: «Además de traducir toda la documentación relacionada al producto y al sistema de calidad, [el traductor] también conoce el formato y el contenido de todos los documentos. Tiene la habilidad para convertir documentos de otras compañías al formato de la compañía. Asiste en actividades de JDE/ERP relacionadas a PDM y controla registros de firmas, sellos, desviaciones, validaciones»; «Construir y perfeccionar el sistema de capacitación, las reglas/reglamentos de capacitación y los procedimientos relacionados». De algunos traductores se espera que representen los valores de la empresa/organización o incluso ser su portavoz.

Un poco menos del 20% de los perfiles de tareas son muy detallados e incluyen, por ejemplo, nociones de competencias<sup>10</sup> culturales, estratégicas o de prestación de servicio (véase EMT, 2022 o Hurtado Albir, 2017): «Investigación: en el caso de textos muy especializados, es necesario que sepa encontrar fuentes de apoyo para la traducción de conceptos o términos técnicos»; «Estar en comunicación con el solicitante del documento o con colaboradores expertos en la materia para asegurar precisión en la parte técnica de la traducción»; «Garantizar que el supervisor conozca los matices culturales al tratar con las autoridades y con las contrapartes del Ministerio de Salud»; «Review original assets provided by the client and flag any issue on time». Sin embargo, no identificamos una relación proporcional entre la complejidad de las tareas y el sueldo. Los sueldos más altos están reservados exclusivamente a traductores de/a chino o japonés.

*Manejo de tecnología y herramientas:* La mayoría de los anunciantes (62,5%) no menciona ningún *software*. El 22,5% requiere que el solicitante maneje el PC, paquetería

<sup>9</sup> La mayoría de las veces sin especificar a cuál variante del chino se refiere. Donde sí se menciona predomina el chino mandarín.

<sup>10</sup> Los anunciantes no usan el término «competencias» (salvo pocas excepciones, donde en realidad se refieren a *soft skills*).

Office Windows o la nube One Drive. Y sólo 23 empleados, es decir, menos del 20%<sup>11</sup>, solicitan que el trabajador esté familiarizado con CAT-Tools, o sea, un *software* de traducción, como Trados y/o Wordfast, World Server, MemoQ o un *software* para subtitular. Un anunciante pide el manejo de la plataforma SDL (Simple DirectMedia Layer), otro conocimientos de SEO (posicionamiento en buscadores).

### 4.3. Dominios centrados en el trabajador

#### 4.3.1. Dominio: Requisitos para el trabajador

Se trata de requisitos que el solicitante debe cubrir en cuanto a habilidades personales y sociales, conocimientos y educación formal (ver tabla 9).

Aclaración: El dominio: «Características del trabajador» –omitido en este trabajo por entenderse independiente de un puesto en específico– refiere a atributos personales permanentes del trabajador. Estos abarcan aptitudes cognitivas, psicomotoras, físicas y sensoriales del individuo, así como valores y estilos personales de trabajo y preferencias por determinados entornos de trabajo. No siempre es posible delimitarlas claramente de las habilidades a las que se refiere la tabla 9, adquiridas por formación o experiencia.

*Habilidades:* Alrededor de 20 anunciantes mencionan explícitamente que el trabajador debe tener muy buenas habilidades en cuanto a gramática, ortografía y redacción. En cuanto a las habilidades interfuncionales, éstas también pueden interpretarse como *soft skills* y se entienden aquí como actitudes adquiridas. Lo que más se pide a este

Tabla 9. «Requisitos para el trabajador» (O\*Net 2022).

DOMINIO: REQUISITOS PARA EL TRABAJADOR		
Requisitos relacionados con habilidades adquiridas o desarrolladas, estudios formales y conocimientos del trabajador		
Categoría	Descripción/subcategorías	Criterios de inclusión (elaboración propia)
6. Habilidades	<ol style="list-style-type: none"> <li>Habilidades básicas (contenidos y procesos)</li> <li>Habilidades interfuncionales (sociales, técnicas, sistémicas, resolución de problemas y administración de recursos)</li> </ol>	<p>Mención explícita de habilidades básicas, aquí: relacionadas con el lenguaje</p> <p>Ejemplo: «excelente ortografía, gramática y redacción»</p> <p>Mención explícita de habilidades sociales, técnicas, etc.</p> <p>Ejemplos: «<i>team player</i>», «<i>excellent multitasking skills</i>»</p>
7. Educación formal	<ol style="list-style-type: none"> <li>Nivel de educación formal Programa instruccional requerido para el puesto (carrera estudiada)</li> <li>Certificaciones relacionadas con la actividad profesional (aquí: certificación en el idioma)</li> <li>Nivel educativo en áreas o materias específicas (no aplica aquí)</li> </ol>	<p>Requisitos explícitos de nivel de estudios y carrera estudiada.</p> <p>Ejemplo: «Licenciatura concluida en traducción o afin (deseable)»</p> <p>Especificación del nivel de idioma requerido / certificación en la(s) lengua(s) de trabajo.</p> <p>Ejemplo: «DELE C1 o C2»</p>
8. Conocimientos	Conjunto de conocimientos y principios relacionados con el área	<p>Mención de conocimientos específicos.</p> <p>Ejemplo: «Tener conocimientos básicos en etiqueta comercial»</p>

<sup>11</sup> El total no suma 100% porque en ocasiones se pide paquetería Office junto con alguna CAT-Tool.

respecto son habilidades sociales, especialmente para trabajar en equipo (17 veces).

Muchas de las formulaciones dejan entrever ambientes laborales de presión y estrés: resistente al estrés, *excellent multitasking skills, ability to adhere to tight and overlapping deadlines*, disponibilidad de tiempo, vivir cerca del lugar de trabajo, etc.

*Educación formal:* Es sorprendente que la mayoría de los anunciantes no le otorga ninguna o muy poca importancia a la educación formal: Casi la mitad (48,3%) ni siquiera contestó esta parte del cuestionario de la plataforma y cinco se conforman con un nivel de educación media superior del solicitante. 13 piden un nivel de Licenciatura (terminada o trunca), pero sin especificar la carrera, otros ocho buscan a personas con licenciatura en lenguas/idiomas/ algo afín o literatura. Dos piden una licenciatura en otra área (administración, música), sin mencionar los idiomas. Uno pide una licenciatura con especialización en mandarín. Ninguno pide un posgrado. Los 33 (27,5%) anuncios restantes donde sí se menciona la traducción entre los requisitos de estudios formales, se reparten de la manera mostrada en la tabla 10.

Como es de observarse, menos del 10% de los anunciantes piden forzosamente una licenciatura en traducción y uno se contenta con una carrera técnica. Podría pensarse que, habiendo más profesionistas del inglés en el país, los requisitos fueran más estrictos para ellos. Pero no es así: menos del tercio de los anunciantes de vacantes de inglés exige que los traductores tengan estudios de traducción.

Otro hallazgo es que no existe una correlación neta entre educación formal y sueldo. Para ninguna de las diez vacantes mejor pagadas (véase tabla 5) es necesario tener una Licenciatura en traducción o área afín, y sólo para tres de ellas es requisito estar titulado siquiera de alguna.

*Certificación en idiomas:* Son pocos los anunciantes que publican criterios claros en cuanto al nivel que esperan tenga el solicitante en las lenguas de traducción o interpretación. En la tabla 11 se muestra una vista de conjunto.

Muchos formulan requisitos sin nitidez o bastante vagos tales como: «bueno, avanzado, fluido, 99%», o

**Tabla 10. Requisitos de estudios formales en traducción (elaboración propia).**

Requisitos de estudios formales	Conteo
Licenciatura concluida en traducción (forzoso/excluyente)	5 (5 de inglés)
Licenciatura en traducción (forzoso) + título otra disciplina (deseable) como área sanitaria, publicidad	6 (2 de inglés)
Carrera técnica o profesional como traductor	1 (1 de inglés y alemán)
<i>Total: Formación en traducción forzosa</i>	<i>12</i>
Licenciatura concluida en traducción o afín (forzosa)	10
Licenciatura en traducción o afín y/o un título en otra disciplina (deseable), como área sanitaria, ingeniería, derecho, lingüística	7
Licenciatura concluida en traducción o afín (deseable)	4
<i>Total: Formación en traducción o afín (forzosa o deseable)</i>	<i>21</i>
<b>Total</b>	<b>33</b>

**Tabla 11. Requisitos nivel de idiomas (elaboración propia).**

Requisito nivel de idioma	Conteo	De los cuales piden estudios formales de traducción o área afín (lenguas)
Sin datos	49	14
Bueno, avanzado, fluido, bilingüe, excelente, etc.	42	18
Nativo del idioma	15	7
<b>Total:</b>	<b>106 (88,3%)</b>	<b>39</b>
Certificación en idioma	14 (11,7%)	1
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>40</b>

—muy enigmático—: «puede alcanzar el rango de nivel estándar». Algunos se contentan con un «nativo del idioma». En ciertos casos, la falta de datos o nitidez podría explicarse en el sentido de que el nivel de idioma puede entenderse como implícito en el requisito de estudios formales.

De los 14 anunciantes que sí piden una certificación oficial del idioma, cinco son de japonés (entre N3 y N1, siendo N1 el más alto), cuatro de chino mandarín (nivel HSK 5 o HSK 6, siendo este último el más alto), algunos de ellos junto a una certificación en español (DELE C1 o C2) y/o niveles de inglés. Donde se pide una certificación de inglés, alemán o portugués, el nivel es de C1 o superior. Llama la atención que de todos los anunciantes que formulan requisitos precisos en cuanto a la certificación del idioma, sólo uno exige al mismo tiempo estudios universitarios de traducción o lenguas.

*Conocimientos:* En cuanto a conocimientos específicos, 86 anunciantes no hacen ninguna mención al respecto (71,7%). Cabe señalar que esta información puede entenderse como implícita en los estudios formales e, incluso, la experiencia.

De los 34 anuncios restantes, la mayoría menciona varios conocimientos específicos a la vez, ante todo conocimientos técnicos del área y de su terminología (33 veces). Cuatro puestos requieren de conocimientos editoriales (*proofreaders'*

*marks, SEO copywriting, etc.*), uno conocimientos en administración de proyectos. Siete exigen conocimientos culturales o sociales de algún país. Sólo dos anunciantes hacen mención de conocimientos teóricos en traductología.

*Otros requisitos:* Hay ciertos requisitos que no encajan en las categorías anteriores. Se pide, por ejemplo, residir cerca del lugar de trabajo, tener disponibilidad para viajar o haber residido en determinado país. También van fijando límites de edad, solicitan que se tenga conexión de internet o que el candidato esté dado de alta en Hacienda.

#### 4.3.2. Dominio: «Experiencia requerida»

*Experiencia y capacitación:* Un solo anunciante pide «diplomados, talleres y cursos en traducción» como requisito, otro asienta que «related training will be an asset». En los demás anuncios no aparece ningún requisito de capacitación.

Más del tercio de los anunciantes tampoco menciona requisitos de experiencia. El 65,8% sí la pide, pero un 22,5% de ellos con formulaciones nada específicas como, por ejemplo: «preferentemente tener experiencia previa» o «deseable experiencia en traducción». A menudo se señala un período y/o las lenguas en cuestión: «experiencia de 2

Tabla 12. «Experiencia requerida» (O\*Net 2022).

DOMINIO: EXPERIENCIA REQUERIDA		
Requisitos relacionados con actividades laborales anteriores en función de determinados tipos de actividades del puesto		
Categoría	Descripción	Criterios de inclusión (elaboración propia)
9. Experiencia y capacitación	Experiencia laboral, capacitación, etc.	Mención explícita de experiencia laboral o antecedentes de capacitación en el anuncio. Ejemplo: «Mínimo 6 meses de experiencia en traducción (área farmacéutica o financiera)»
10. Habilidades básicas e interfuncionales – requisitos de ingreso	Son las mismas que se enumeran en el dominio «Requisitos para el trabajador». Para evitar repeticiones son tratadas en 4.3.1.	
11. Licencias	Todo tipo de licencias, certificados o registros que demuestran determinadas habilidades adquiridas, necesarias para el puesto	Mención explícita de licencias o registros (que no sean certificación de idioma). Ejemplo: «Licencia de conducir: A»

años como traductor de chino/español». El 26,7% de los anunciantes es más preciso, señalando el giro de la empresa o el tipo de textos especializados, ejemplo: «al menos 5 años de experiencia en puesto similar en la industria metal-mecánica preferentemente automotriz». Por último, hay un 16,7% de los anunciantes más exigentes: más allá de la traductora, piden experiencia en determinados ambientes de trabajo y conocimientos de ámbitos o procesos específicos: «experiencia mínima de 1 año como traductor, deseable en programas humanitarios a población en situación de vulnerabilidad y de preferencia bajo escenarios emergentes de desplazamiento forzado»; «2+ years of marketing or copywriting experience in English and Spanish»; «Prior experience in a sales and marketing environment. Basic proofreading experience», etc.

En cuanto a los años de experiencia ocupa el primer lugar el requisito de 2 años (30), seguido por 1 año o menos (19). Sólo 14 anunciantes piden 3 años o más de experiencia.

*Licencias:* Dos anunciantes piden una licencia de conducir A, uno solo desea que el solicitante esté afiliado «a asociaciones o colegios (ATA, OMT, etc.)» y otro solicita que esté «reconocido por la Embajada Alemana como perito traductor»<sup>12</sup>.

## 5. Discusión de los resultados

En este capítulo se busca explicar algunos de los hallazgos más relevantes a partir de su contexto económico-social, así como relacionarlos con otros estudios pertinentes.

### 5.1. Dominios centrados en el puesto de trabajo

El estudio arroja que el mercado laboral mexicano (al menos la parte que se refleja en los anuncios) requiere principalmente de traductores para documentos de tipo técnico (automotriz, ingenierías, etc.) y empresarial (financiero, consultoría, logística, etc.) y, en menor medida, médico-far-

macéutico y legal. El dato no coincide con los hallazgos de las encuestas de Morayta (2017) donde el derecho, la educación y la medicina encabezan la lista temática (Morayta, 2017: 50). La divergencia puede ser debida a las fechas en las que se recabaron los datos, pero también a que cierto tipo de solicitantes de servicios de traducción (juzgados, dependencias de gobierno, editoriales, consulados, particulares, etc.) suelen recurrir a otros canales de búsqueda. En resumidas cuentas: los anuncios no reflejan por igual a todas las actividades traductoras.

Esto explica también que en los anuncios no aparece ninguna lengua indígena, mientras que en el estudio Morayta incluso hay dos que se encuentran entre las lenguas de traducción más frecuentes (Morayta, 2017: 48). Pero ambos estudios coinciden en lo que se refiere a la lengua extranjera con mayor demanda: el inglés (37% de los anunciantes). Sin embargo, esta cifra parece baja si se considera que los EE. UU. siguen siendo el primer socio comercial de México y que la casi totalidad de los programas educativos en traducción/idiomas en México maneja el inglés como L2. El inglés va seguido por el chino (25,8%, principalmente la variante mandarín) y el japonés (14,2%); juntos incluso superan la demanda inglés/español (ambos no configuran entre las lenguas más frecuentes del estudio Morayta). Se perfila aquí una tendencia del panorama empresarial en México, es decir, un marcado ascenso del número de empresas chinas y japonesas, que también se refleja en la prensa económica y se conoce bajo el concepto de *nearshoring* (acercar la producción al cliente para recortar la cadena de suministros y evitar aranceles y gastos de transporte) —fenómeno que ha ido intensificándose con la pandemia (véase Hernández, 2022).

Un dato inesperado es la clara predominancia de la modalidad presencial (jornada completa), incluso en tiempos de pandemia. Una explicación podría ser la diversidad de las tareas —algunas, como por ejemplo ciertas formas de interpretación o acompañamiento, exigen estar en sitio—, otra sería la necesidad de estar en contacto con o manejar algún tipo de equipo o programa (instalaciones industriales, *software* de la empresa, etc.) que no fácilmente puede tenerse en el domicilio del trabajador.

<sup>12</sup> La Embajada de Alemania publica una lista con traductores recomendados, pero no otorga ningún reconocimiento como perito traductor.

Gran parte de los anuncios va dedicada a las tareas, aunque la mayoría de las veces con poca precisión. Más del tercio está buscando a un trabajador que sea traductor e intérprete a la vez, a menudo combinado con otro tipo de actividades, tales como administrativas o editoriales. En estos casos, lo que en realidad se busca es un *all-rounder*, encargado de cualquier asunto que involucre la lengua extranjera. Queda patente que el término «traductor», en el entendimiento de gran parte de los anunciantes, no deja lugar a dudas, por lo que omiten completar muchas de las casillas del cuestionario de la plataforma.

Salta a la vista que el sueldo promedio no se correlaciona ni con la complejidad de las actividades laborales ni con el perfil de formación del candidato. Hay puestos que requieren de estudios especializados y varios años de experiencia, pero se ubican en el rango inferior de sueldos. El factor determinante para los sueldos más altos es exclusivamente la escasez de oferta de mano de obra (combinaciones lingüísticas que incluyen el chino o japonés). «La teoría neoclásica como enfoque dominante de la actualidad pretende que se llega a un equilibrio óptimo entre sueldos y empleo a través de la interacción entre demanda y oferta de fuerza de trabajo», reza Smith (2003: 2). Si bien es cierto que puede observarse dicha interacción, el resultado dista mucho de ser óptimo, ya que equivale a un desprecio de la formación del candidato con lenguas de trabajo más frecuentes. Si el sueldo mensual promedio de entre 12 000 y 20 000 pesos es confrontado con el costo promedio de la renta mensual de un departamento de dos recámaras en la Ciudad de México (ciudad con la mayor demanda de traductores en México) que, según una encuesta<sup>13</sup> en junio de 2022 era de 13 725 pesos mexicanos, se observa que este sueldo apenas cubre una renta.

Este tema va íntimamente relacionado con la poca seguridad laboral que se brinda al traductor. Sólo el 12,5% de los anunciantes ofrece un contrato por tiempo indeterminado, menos del 25% una contratación por proyecto o como *freelance*, y los demás evitan pronunciarse al respec-

to. Es un dato que se refleja también en el estudio Morayta (2017: 85). «En materia normativa, hay un vacío legal en torno de la profesión del traductor en México a diferencia de otros países latinoamericanos como Costa Rica que ha avanzado en esa materia», constata Fernández Acosta (2018: 51). Según él, una vía para avanzar en la materia podrían ser las asociaciones de traductores, pero también lamenta que la tasa de afiliación está muy baja (Fernández Acosta, 2018: 58). Esta observación concuerda con otro hallazgo del presente estudio: los empleadores no les conceden ningún valor a las afiliaciones. Sigue abierta la pregunta del porqué de tan poco interés entre los mismos traductores por afiliarse a alguna de ellas.

## 5.2. Dominios centrados en el trabajador

Asombra que la mayoría de los anunciantes no presta ninguna o muy poca atención a los estudios formales de los solicitantes. Sólo el 10% pide forzosamente una licenciatura o carrera técnica en traducción, ninguno pide un posgrado. Otro 18,3% menciona los estudios de traducción como deseable pero acepta también una carrera afín. Hay que tener presente que en México las opciones para estudiar un pregrado en traducción son relativamente escasas (véase Libreros Cortéz y Ortiz Lovillo, 2021: 89 y 91) y que estos programas suelen manejar el inglés como L2. Por lo tanto, cabía esperar que al menos los requisitos formales para traductores de/al inglés eran más estrictos (habiendo una mayor oferta de mano de obra), pero en realidad el desnivel es mínimo. En suma, menos de la mitad de los anunciantes siquiera pide una licenciatura —no en todos los casos terminada—. Estos datos coinciden a grandes rasgos con el estudio Morayta (2017) donde más del 80% de los traductores encuestados señalan tener estudios superiores (Morayta, 2017: 85), pero sólo el 13,24% afirmó tener una Licenciatura en traducción (Morayta, 2017: 63).

En este punto es preciso plantear algunas preguntas: ¿los diferentes pregrados en traducción realmente logran en todos los casos desarrollar en los estudiantes las competencias traductorales proclamadas en sus perfiles de egreso? ¿Un lingüista, filólogo, especialista en otra disciplina (con

<sup>13</sup> [www.inmuebles24.com/noticias/sabias-que/cuanto-se-paga-de-renta-en-mexico](http://www.inmuebles24.com/noticias/sabias-que/cuanto-se-paga-de-renta-en-mexico)

un nivel pertinente del idioma) no puede llegar a realizar traducciones de calidad profesional? Después de todo, en la historia de la traducción, esto ha sido la normalidad.

Podría justificarse hasta cierto grado la renuncia a estudios de pregrado en traducción siempre y cuando se exija, en su lugar, junto a otro tipo de estudios, un posgrado o alguna capacitación (diplomado, cursos, etc.) en la materia. Sin embargo, esto no es el caso (sólo dos anunciantes lo mencionan). Al igual que en otros países, en México «traductor» no es una profesión legalmente protegida (salvo en el caso de los peritos traductores, nombrados por el poder judicial), y cualquiera puede llamarse y ser contratado como traductor.

Del mismo modo, pocos son los empleadores que tienen una idea precisa del nivel de idioma que debe tener el solicitante (tabla 11). Sólo un 10% logra expresarlo en términos de alguna escala internacional de competencias lingüísticas (como, por ejemplo, el Marco Europeo Común de las Lenguas). Pero es notorio que los que sí explicitan el nivel, piensan que este sustituye los estudios académicos en la materia y no los piden. Hay una serie de mitos que siguen haciendo de las suyas, ideas románticas sobre el proceso de traducción como aquel de que «ser nativo de algún idioma» equivaldría a saber traducirlo. Así, se sigue teniendo la «falsa» idea que cualquiera que haya tomado un curso en alguna lengua extranjera puede fungir como traductor.

En cierta medida, la experiencia laboral podría contrarrestar la negligencia de títulos y certificaciones con el 66% de los anunciantes que la pide, generalmente en el campo temático a traducir. Otro 28,3% exige conocimientos del área, incluyendo la terminología técnica. En la escala de prioridades de los empleadores, la experiencia prevalece entonces netamente sobre la formación. Sin embargo, la experiencia (medida en años) por sí sola no deja sacar conclusiones sobre la capacidad del candidato.

Los anunciantes también dan prioridad a atributos personales y *soft skills* ya que éstos se exigen con mayor frecuencia (43,3%) que la educación formal. Siendo muy valoradas en contextos laborales de la actualidad, las habilidades blandas no pueden, sin embargo, sustituir a las demás competencias necesarias para la actividad traductora.

## 6. Conclusiones

Para concluir, se retoman brevemente los principales hallazgos del estudio y, al mismo tiempo, se abre el horizonte a la reflexión sobre posibles implicaciones para el contexto educativo.

La muestra de anuncios permitió trazar tendencias en cuanto al perfil de las vacantes para traductores en México y las expectativas de los empleadores. Entre los anunciantes predominan las empresas del sector privado y entre ellas las agencias de traducción o subcontratistas nacionales, así como multinacionales (en su mayoría extranjeras) del sector secundario o terciario. Por consiguiente, se requiere principalmente a traductores de textos altamente especializados.

Sorprende la todavía poca demanda de retrabajo de traducciones por inteligencia artificial, así como de traductores que manejen una CAT-Tool (menos del 20% de las vacantes). Pero de ninguna manera esto debe tomarse como incentivo para descuidar la enseñanza de dichas herramientas, ya que será inevitable su auge a corto plazo. Asimismo, es sorprendente que sigue predominando el modo presencial (de tiempo completo), con concentración en la Ciudad de México.

En cuanto al listado de tareas, sólo el 20% de los anunciantes llega a desplegarlo de manera detallada. Los demás, o bien recurren a fórmulas superficiales, o bien dan por hecho que todo queda dicho con el nombre del puesto: «traductor». Una de las observaciones de este trabajo es entonces la poca seriedad con la que la mayoría de los empleadores anuncian su búsqueda de traductor, algo que puede interpretarse también como desconocimiento de la complejidad de la actividad traductora e, incluso, de las necesidades de la propia empresa u organización.<sup>14</sup> Es común encontrar anunciantes (casi el 37%) que buscan un «todoterreno» –traductor e intérprete a la vez, en ocasiones

<sup>14</sup> Desgraciadamente, no tenemos forma de saber si los anunciantes logran encontrar la persona idónea para cubrir la vacante. En el período estudiado hemos observado que algunos repiten regularmente su publicación.



también especialista en edición, asistente gerencial, etc.—. Ciertamente esto contradice las prácticas y saberes académicos. La traducción y la interpretación suelen enseñarse por separado, pues no descansan en todo sobre las mismas competencias. Sin embargo, sería pertinente aceptar esta realidad laboral como desafío para diseños curriculares.

Como dato importante se encontró que un 90% de los anunciantes piensa poder prescindir de una formación en la disciplina a la hora de contratar a un traductor. Relacionando este hallazgo con los programas de formación de traductores en México, surge entonces la duda acerca de si es factible acercar los programas al perfil del mercado (a sabiendas de que aquellos que poseen el poder de contratación de traductores a menudo no tienen ideas realistas de lo que implica esta actividad). ¿O acaso sería posible crear mayor conciencia entre los empleadores? Cuestión difícil, cuando éstos últimos no valoran la formación per se. Lo que, según los hallazgos, sí valoran, son la experiencia y los conocimientos técnicos de los solicitantes. De allí que podría considerarse alejar la formación traductora de los pregrados y concentrarla esencialmente en una fase más tardía del ciclo de la vida de los estudiantes (posgrados, diplomados). Los estudios de traducción podrían resultar más efectivos y, por ende, corresponder mejor a las necesidades del mercado laboral, iniciándolas cuando ya se tenga experiencia laboral y mayores conocimientos —también de algún área técnica—.

No sorprende que la lengua extranjera con mayor demanda sigue siendo el inglés, en combinación con el español —casi el 37% de los anunciantes requieren traducciones entre estos dos idiomas (ambos sentidos). Lo que sí sorprende es que el inglés va seguido por el chino (mandarín) y el japonés y que la suma de ambos incluso supera la demanda inglés/español. Relacionando este resultado con la formación traductora, se sugiere fortalecer la enseñanza de otras lenguas (como L2 o L3), más allá del inglés, ya que el mercado representa fluctuaciones —no siempre predecibles— en cuanto a los requisitos lingüísticos. Una preparación lingüística más amplia podría resultar ventajosa tanto para el egresado como para el mercado, más que los sueldos ofrecidos obedecen a la ley de la oferta y la demanda, es-

tando reservados los más altos a traductores con combinaciones lingüísticas de poca oferta de mano de obra (ahora chino y japonés), como lo revela la muestra de anuncios.

Y más aún: en México, el traductor titulado de inglés tiene como competencia a un ejército de personas con conocimientos rudimentarios o empíricos de la lengua, ya que alrededor del 90% de los empleadores no logra formular, en términos de alguna escala internacional de competencias lingüísticas, el nivel de idioma que se requiere para la vacante.

Hennecke (2017: 23) hace notar «que muchas empresas [alemanas] no se dan cuenta todavía de la gran importancia de las buenas y adecuadas traducciones para el éxito comercial y financiero de su empresa». Hace referencia a estudios que demuestran que las traducciones mal hechas pueden originar pérdidas económicas importantes. Es una verdad con vigencia más allá de las fronteras. Mientras no se tengan mecanismos más confiables para seleccionar a traductores y mientras para muchos empleadores el balance entre beneficios y costes se incline netamente a favor de los bajos costos, también en México las «traducciones mal hechas» ocasionarán pérdidas de dinero y de oportunidades, ya sean comerciales, tecnológicas, científicas o de cualquier otra naturaleza.

Se espera que los estudios de encuestas y el presente análisis de anuncios podrán complementarse con estudios de seguimiento de egresados de los programas de formación traductora del país, pero también de idiomas (y afines). Por otro lado, sería importante conocer la trayectoria de traductores que no se formaron en la disciplina, sino en otra (ingeniería, medicina, derecho, etc.). De esta manera, se llegará a un panorama más completo de las oportunidades de trabajo para traductores en México lo que, por su lado, permitiría sacar más conclusiones sobre las necesidades formativas.

## Bibliografía

Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor (2022). *Occupational Outlook Handbook, Interpreters and Translators*. [www.bls.gov/ooh/media-and-communication/interpreters-and-translators.htm](http://www.bls.gov/ooh/media-and-communication/interpreters-and-translators.htm)

- Chen, Wenjie (2020). Disparidades en tiempo real. El análisis de los anuncios de empleo en Internet muestra el alcance del daño causado por la pandemia, especialmente a las mujeres y los jóvenes. *Finanzas y Desarrollo*, 7/4, 12-15. [www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2020/12/pdf/value-of-real-time-data-in-covid-crisis-chen.pdf](http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2020/12/pdf/value-of-real-time-data-in-covid-crisis-chen.pdf)
- EMT (European Master's in Translation) (2022). *Competence Framework 2022*. [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/about\\_the\\_european\\_commission/service\\_standards\\_and\\_principles/documents/emt\\_competence\\_fw\\_2022\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/about_the_european_commission/service_standards_and_principles/documents/emt_competence_fw_2022_en.pdf)
- European Union of Associations of Translation Companies (EUATC) (2022). *European Language Industry Survey. Trends, expectations and concerns of the European language industry*. <https://elis-survey.org/>
- Fernández Acosta, Luis Raúl (2018). En busca del reconocimiento de la profesión del traductor en México. En Luis Raúl Fernández Acosta (coord.), *La profesión del traductor en México* (pp. 11-63). Universidad Intercontinental.
- Fundación Italia Morayta (2017). *Estudio de encuesta sobre la traducción y la interpretación en México 2017*. Fundación Italia Morayta [en el texto abreviado como Morayta].
- Handel, Michael J. (2016). The O\*NET content model: strengths and limitations. *Journal for Labour Market Research*, 49, 157-176. <https://doi.org/10.1007/s12651-016-0199-8>
- Hennecke, Angelika (2017). El entorno actual del mercado y la necesidad de traducción especializada en Alemania. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 30, 19-41. [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica\\_hispanica/article/view/6186](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/linguistica_hispanica/article/view/6186)
- Hernández, Enrique (10 de noviembre 2022). Nearshoring: México ya es el centro manufacturero de las empresas chinas. *Forbes México*. [www.forbes.com.mx/nearshoring-mexico-ya-es-el-centro-manufacturero-de-las-empresas-chinas](http://www.forbes.com.mx/nearshoring-mexico-ya-es-el-centro-manufacturero-de-las-empresas-chinas)
- Hurtado Albir, Amparo (ed.) (2017). *Researching Translation Competence by PACTE Group*. Benjamins Translation Library.
- ISIT (2020). <https://www.isit.edu.mx/inicio/el-isit/>
- Kadric, Mira y Kaindl, Klaus (2016). *Berufsziel Übersetzen und Dolmetschen, Grundlagen, Ausbildung, Arbeitsfelder*. UTB.
- Libreros Cortéz, Héctor y Ortiz Lovillo, María del Pilar (2021). La formación en traducción en México. *Entreculturas. Revista de Traducción y Comunicación Intercultural*, 11, 85-104. <https://revistas.uma.es/index.php/revtracom/article/view/12105>
- McConnell, Campbell R., Brue, Stanley L. y Macpherson, David A. (2007). *Economía Laboral*. 7ª ed. McGraw-Hill Interamericana.
- O\*NET Resource Center (2022). *The O\*NET Content® Model*. <https://www.onetcenter.org/content.html> [en el texto abreviado como O\*NET].
- Smith, Stephen W. (2003). *Labour Economics*. 2ª ed. Routledge.
- Weller, Jürgen (2020). *La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales*. CEPAL Naciones Unidas, 2020. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387_es.pdf)
- Xu, Hong (1996). The impact of automation on job requirements and qualifications for catalogers and reference librarians in academic libraries. *Library Resources and Technical Services*, 40/1, 9-31.