

Christina Lachat-Leal
Universidad de Granada

La relación del traductor con el cliente: un juego de rol para desarrollar habilidades de negociación

Resumen: Los nuevos grados en traducción incorporaron en su diseño curricular competencias interdisciplinarias sociales, personales y comunicativas. Estas competencias son esenciales para el posterior desarrollo de habilidades y destrezas profesionales de los estudiantes, entre las que se encuentran habilidades de negociación que se adquieren con la práctica. Con el objetivo de que los estudiantes adquirieran estas competencias mediante la práctica simulada hemos diseñado y desarrollado un videojuego serio con el programa RPG Maker VX Ace Lite, aplicando los principios de la gamificación. Por un lado, las personas que participan en una experiencia gamificada adquieren nuevos hábitos mediante el refuerzo de la recompensa y la respuesta emocional (Lachat-Leal 2017). Por otro lado, los videojuegos serios, o *serious games*, proporcionan escenarios virtuales en los que se simulan situaciones reales para entrenar, en clave de juego, ciertas competencias o habilidades profesionales y sociales (Morales i Moras 2015). Por último, la interactividad de un RPG, género de videojuegos que usa los elementos del juego de rol tradicional, permite simular una conversación entre clientes y traductores en la que el jugador asumirá el papel activo de traductor. A lo largo del juego, el jugador deberá tomar decisiones que afectarán al curso de la negociación.

Palabras clave: Aprendizaje situado, didáctica de la traducción, estrategias de negociación, gamificación, RPG

Title: The relationship between the translator and the client: A roleplay for developing negotiation skills

Abstract: The new degrees in translation have a curricular design that includes interdisciplinary social, personal and communication skills. These skills are essential for going on to develop students' professional competencies and abilities, one of which is the ability to negotiate – something that is acquired with practice. With the aim of helping

students to acquire these abilities through simulated practice, we have designed and developed a serious video game using the program RPG Maker VX Ace Lite, through the application of gamification principles. Firstly, people who take part in a gamified experience acquire new habits by strengthening the reward drive and emotional response (Lachat-Leal 2017). Secondly, serious games provide virtual scenarios for simulating real situations, allowing players to practise certain professional or social skills and abilities in game format (Morales i Moras 2015). Lastly, the interactivity of RPGs, a genre of video games that use elements from traditional role-playing games, makes it possible to simulate a conversation between clients and translators in which the player takes on the active role of the translator. During the game, the player must make decisions that will affect the success of the negotiation.

Keywords: Situated learning, translation didactics, negotiation strategies, gamification, RPG

Relación del traductor con el cliente

Lo primero que nos planteamos es si un traductor puede y debe negociar con los clientes y, por lo tanto, si la capacidad de negociación es una competencia que merece incluirse entre las competencias profesionales de un grado o de un máster en traducción. Para poder negociar, el traductor debe tener una relación directa con el cliente, pero no todos los traductores se relacionan con los clientes. Los traductores que trabajan en empresas o instituciones no suelen tener contacto directo con el cliente y si lo hacen es para tratar dudas traductológicas, no negociables. Los que sí tienen una relación directa con el cliente, sea este un particular, una empresa, una institución o una agencia, son los traductores autónomos o *freelance*. La proporción de autónomos y de traductores en plantilla varía según los mercados nacionales e internacionales. Según datos de la última década, se estima que en el mercado europeo alrededor del 25 % de los traductores son autónomos, mientras que en España el porcentaje de autónomos se situaría en una horquilla del 50 % al 60 % (Ministerio de Cultura 2010: 50, Rico y García 2016). Según estos datos, un porcentaje importante de los egresados en estudios de traducción serán autónomos y tendrán relación directa con los clientes.

Pero tener relación con el cliente, no implica necesariamente capacidad o necesidad de negociación. Tomemos por ejemplo el caso de profesionales autónomos como los abogados. Por las singularidades de esta profesión, los clientes no tienen capacidad de negociación. Así que nos preguntamos cuál es el perfil de clientes

de los profesionales de la traducción. Según el informe de Rico y García (2016: 33) que analiza el sector de la traducción en España:

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

Como vemos, la mayoría de los clientes son empresas o agencias de traducción que cuentan en sus plantillas con profesionales con experiencia negociadora. Pero además, al menos en el mercado español, las empresas intentan imponer cada vez más sus propias condiciones a los profesionales de la traducción, tal como señalan Rico y García (2016: 96):

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

En consecuencia, más de la mitad de los egresados en traducción tendrán que relacionarse con clientes que intentarán negociar a la baja precio y fechas de entrega. Por lo tanto, la adquisición de competencias de negociación merece un lugar en su formación.

Negociación en traducción

No existe una definición única del término *negociación* porque cada disciplina científica tiene su propio concepto con un significado distinto entre sí, que responde al objetivo principal de la disciplina (Aldao 2009: 76). Por esta razón, adoptamos la definición general de Nierenberg “negociar es dar y recibir” (1984: 81). De ella, deducimos que para que haya negociación es necesario que exista voluntad de diálogo.

Antes de negociar, hay que establecer un perfil de cliente porque cada cliente requiere unas estrategias de negociación diferentes. Evidentemente, el perfil de los clientes variará según la especialización del traductor, pero para diseñar esta actividad de aprendizaje hemos establecido tres perfiles generales: empresas,

particulares y agencias de traducción. Cada perfil ha sido clasificado en función de su potencial negociador y de fidelización. De los tres perfiles, el particular es el que cuenta con menos potencial de fidelización, y la agencia de traducción es el cliente con menos potencial negociador, ya que tiene más capacidad de presión sobre el autónomo.

Estrategias de negociación

Las estrategias de negociación permiten tomar decisiones, presentar propuestas y hacer concesiones para llegar a acuerdos que beneficien a ambas partes (Guerra Muñoz 2018: 191). En los siguientes apartados desglosaremos las principales estrategias que se van a ejercitar en la actividad de aprendizaje que proponemos.

La anticipación es esencial. Lo primero que se puede hacer es preparar una serie de estrategias atendiendo al perfil inicial del cliente. Una buena estrategia anticipatoria es presentar un presupuesto pormenorizado de las prestaciones incluidas en la traducción. Según el tipo de traducción, estas prestaciones podrán incluir revisión por otro profesional, elaboración de glosarios, edición, maquetación, adaptación a la normativa nacional, instrucciones para el impresor u otros técnicos, usos de plataformas, etc. Otra estrategia consiste en remitir junto al presupuesto una guía para contratar a un traductor como la que se puede descargar de la página web de Asetrad¹, Asociación Española de Traductores Profesionales. Otra estrategia altamente recomendable es la de presentar un presupuesto con la tarifa más alta:

La práctica aconseja; los negociadores que solicitan más terminan obteniendo más que las personas que solicitan menos. Aun cuando esto pueda parecer tener sus riesgos dado que la orientación y criterio para ceder es el valor de mercado, con promedios establecidos en cuanto al máximo, el aceptable y el mínimo [...] Esto no solo se aplica a precios y cantidades sino a cláusulas y a elementos cualitativos. (Guerra Muñoz 2018: 196)

Nunca se puede improvisar en una negociación, menos aún si es una negociación rápida por teléfono o videoconferencia. Lo primero que debe plantearse el traductor es si el encargo merece la pena aunque tenga que ceder en la negociación. La situación profesional y personal del traductor influirá en su capacidad de nego-

1 *Todo lo que siempre quiso saber sobre la traducción. Una guía para contratar traducciones.* https://asetrad.org/images/asetrad/pdf/como_encargar_trad/GIR_espaol.pdf [22.09.2018].

ciación. Un traductor novel con necesidad de hacerse con una cartera de clientes no podrá aplicar las mismas estrategias de negociación que un profesional reputado. Por lo tanto, para un momento concreto y una situación concreta las estrategias y las opciones serán diferentes. Dependiendo de esta situación personal y profesional, el traductor deberá establecer una lista de elementos negociables. Primero, fijará una tarifa mínima aceptable y sus contrapartidas. Así podrá negociar con el cliente una reducción de la tarifa a cambio de unas compensaciones interesantes como, por ejemplo, el pago anticipado o el vencimiento a entrega. Otro elemento negociador es el plazo de entrega. Un plazo de entrega más amplio, permite al traductor gestionar mejor su tiempo y compatibilizar un encargo de tarifa mínima con otros mejor remunerados. Otra opción de negociación es ofrecer una traducción sin servicios complementarios que supongan un ahorro considerable de tiempo para el traductor como la edición y maquetación, entre otros.

Videojuego: El arte de negociar en traducción

Esta propuesta de actividad de aprendizaje mediante un videojuego de rol se fundamenta en las teorías *cognitivas constructivistas*, modelo que ha demostrado su eficiencia en la didáctica de la traducción y se articula en dos ejes: el aprendizaje situado y la gamificación. En el modelo de *cognición situada*, el conocimiento está contextualmente situado y se aplica para una actividad, en un contexto concreto y dentro de una cultura específica. En consecuencia, para que el conocimiento adquirido sea aplicable en el ámbito profesional debe situarse en contextos auténticos, por lo que es fundamental que las actividades de resolución de problemas se enmarquen en proyectos que simulen condiciones reales (Lachat-Leal 2008, 2016a, 2017).

Los videojuegos serios, o *serious games*, proporcionan escenarios virtuales en los que se simulan situaciones reales para entrenar, en clave de juego, ciertas competencias o habilidades profesionales y sociales (Morales i Moras 2015) que estimulan la adquisición de nuevas destrezas mediante el refuerzo de la recompensa y la respuesta emocional.

Objetivos

Según Morales i Moras (2015: 54), “los objetivos en un videojuego educativo se refieren tanto a los propios objetivos de juego como a los objetivos pedagógicos de la agenda educativa, así como a la relación que se establece entre ellos”.

El objetivo pedagógico principal de esta actividad de aprendizaje es que los estudiantes de traducción conozcan las distintas estrategias negociadoras y valoren la utilidad de adquirir competencias negociadoras. En cuanto al objetivo del juego consiste en la adquisición de habilidades y destrezas negociadoras mediante la práctica.

Diseño de la actividad de aprendizaje

Esta actividad ha sido diseñada como un ejercicio de aprendizaje autónomo extracurricular y por lo tanto voluntario. Se pone a disposición de los estudiantes una guía de aprendizaje en la que se especifican los objetivos de la actividad, el método, los materiales de apoyo y una descripción del videojuego. El material de apoyo al aprendizaje consiste en una presentación sobre estrategias de negociación en traducción, una breve bibliografía comentada sobre negociación (Aldao 2009, Gómez-Pomar 2004, Palacios Plaza 2008) y unos recursos digitales compartidos mediante la herramienta de curación visual Pearltrees². Para la práctica simulada, los estudiantes pueden ejercitar los conocimientos adquiridos mediante el material de apoyo con un videojuego de rol (RPG) que recrea negociaciones entre traductor y cliente.

Desarrollo del RPG

Según estudios en la materia, los juegos que combinan roles, reglas y otros elementos del juego replican un sistema social existente, que permite al participante sin experiencia colocarse en una posición que le facilita una mayor comprensión de las dinámicas sociales y el análisis de valores y conductas a partir de la reflexión de los contenidos de los propios juegos (Marcano Lárez 2014: 122).

Un RPG es un género de videojuegos que usa los elementos del juego de rol tradicional, incluye una amplia variedad de sistemas y estilos de juego y es interactivo. Todo ello permite simular una conversación entre clientes y traductores en la que el jugador asumirá el papel activo de traductor que, a lo largo del juego, deberá tomar decisiones con sus consiguientes consecuencias que afectarán al desenlace de la negociación.

Para este proyecto hemos seleccionado la versión gratuita del programa *RPG Maker VX Ace Lite*³ para PC, desarrollado por Enterbrain. Es sencillo de usar y además gracias

2 <https://www.pearltrees.com/christinafti/el-arte-negociar/id21645378> [22.09.2018].

3 <http://www.rpgmakerweb.com/products/programs/rpg-maker-vx-ace> [22.09.2018].

al amplio repertorio de tutoriales⁴ y foros disponibles en Internet no es necesario tener conocimientos de programación. Incorpora un editor de Scripts donde son mostradas todas las clases ya implementadas para el funcionamiento del juego. Además, ofrece la posibilidad de desarrollar nuevos eventos no planteados por la aplicación, permitiendo modificar y agregar recursos al juego (De la Rica Palma 2009).

Cuando el jugador accede a la aplicación, se encuentra con un menú principal en la parte superior derecha de la pantalla, dándole las opciones de iniciar una nueva partida, de cargar una partida que ya inició anteriormente y tiene guardada o bien de salir de la aplicación. El jugador navega por un mapa del mundo visto desde arriba por lo que su visión del espacio virtual es parcial y varía al cambiar de posición, lo que se denomina *perspectiva errante* como ilustra la Figura 1. A la izquierda, vemos el mapa del mundo completo tal como se ve en el editor del programa, mientras que a la derecha vemos ese mapa en modo juego.

Figura 1 Izqda. Mapa de la oficina en modo edición. Dcha. Pantalla de campo en modo juego



Los juegos normalmente tienen varios tipos de pantallas, o modos de interacción, categorizadas como: pantalla de batalla; corto o intermedio (mini película no interactiva); pantalla de menú; y pantalla de campo, donde ocurre la interacción principal entre los personajes y la mayor parte del diálogo. En esta pantalla, el jugador puede conversar con los personajes que va encontrando en su aventura para procurarse ítems y servicios, resolver enigmas y desafíos o encontrarse con enemigos (De la Rica Palma 2009: 10).

4 <http://programavideojuegos.blogspot.com/2014/01/tutoriales-de-rpg-maker-vx-ace.html> [22.09.2018].

En el transcurso del juego aparecen diversos personajes que se dividen en dos clases; el personaje jugador y el personaje no jugador (PNJ). Los PNJ son aquellos personajes programados que no pueden ser controlados por el jugador:

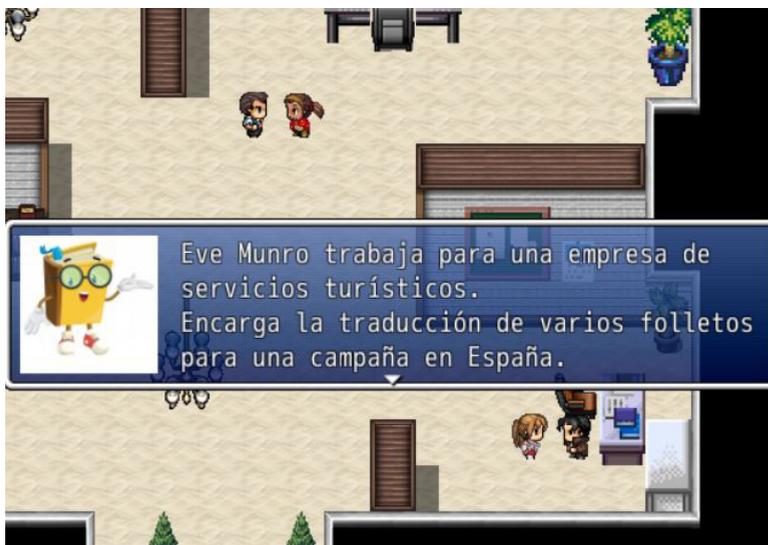
- Comerciantes: el jugador puede interactuar con ellos para intercambiar objetos;
- Secundarios: personajes relevantes para el desarrollo de la historia;
- Peticionarios: piden al jugador algún encargo a cambio de una recompensa;
- Gente: son personajes repartidos por el mundo y solo realizan comentarios (López Vallejo 2014: 26).

Guion del videojuego

La realización del guion es la primera etapa del diseño del videojuego y la más trascendental porque de ella dependerá que el juego alcance sus objetivos. En esta fase se diseñan las mecánicas del juego:

Las mecánicas son las decisiones que los diseñadores toman para establecer los objetivos, las reglas, la configuración, el contexto, el tipo de interacción y los límites de la situación que debe ser gamificada. Estas mecánicas determinan cuáles son los elementos claves, cómo interactúan, cómo se gana o se pierde, dónde y cuándo la experiencia se lleva a cabo. (Lachat-Leal 2017: 298)

Figura 2 Descripción de la clienta



Como el objetivo principal del videojuego es la adquisición de destrezas de negociación, decidimos que nadie gana ni pierde, ya que sería contradictorio con el principio de la negociación que consiste en el beneficio mutuo.

El personaje principal, el traductor, se mueve libremente por el escenario y puede interactuar con cualquiera de los tres tipos de personajes. Cuando el personaje traductor interactúa con un PNJ *cliente*, se activa primero un breve mensaje contextualizante (véase Figura 2). A continuación y antes de iniciar la negociación, el jugador tendrá que tomar algunas decisiones que condicionaran el consiguiente diálogo con el PNJ *cliente* (véase Figura 3).

Figura 3 Mensaje de selección



En ese momento, empieza el diálogo con el PNJ *cliente* durante el cual el jugador tendrá que elegir entre varias respuestas posibles (véase Figura 4). Como señalamos anteriormente, en este juego nadie gana ni pierde. Pero para cumplir con el objetivo pedagógico del videojuego, cuando el jugador elige una opción se activa un mensaje con una reflexión sobre el alcance de la estrategia elegida (véase Figura 5). Las mecánicas del juego establecen que una vez iniciado un diálogo con un PNJ, el jugador no puede volver atrás y cambiar de estrategia. De esta manera se garantiza que el jugador pueda experimentar las consecuencias de las decisiones tomadas. Por último, para motivar al jugador y para reforzar el aspecto lúdico de esta experiencia, se han introducido en el juego personajes peticionarios curiosos y se han

escondido pequeñas sorpresas, conocidos como *huevos de pascua* dentro del mundo de los videojuegos.

Figura 4 Izqda.: Cuadro de diálogo. Dcha.: Cuadro de respuestas opcionales



El guion de los diálogos es el centro neurálgico de este videojuego, porque de él depende que el aprendizaje sea significativo. La elaboración del guion es un proceso complejo, ya que al ser un juego interactivo, el jugador puede elegir entre varias opciones o respuestas, cada una de las cuales abre a su vez otro abanico de opciones.

Figura 5 Izqda.: Diálogo. Dcha.: Respuestas opcionales. Abajo: Reflexión



Para la creación de los guiones, hemos utilizado un árbol de decisiones que permite visualizar de forma clara y concisa todas las opciones y sus consecuencias. En total, redactamos tres guiones de diálogo, uno para cada perfil de cliente:

empresario, particular y agencia. En cada uno de estos perfiles, el jugador puede aplicar las estrategias de negociación descritas más arriba.

Diseño gráfico del juego

Con el diseño de los videojuegos, se busca, antes que nada, crear sensaciones y generar ambientes visuales que atrapen las capacidades perceptivas del usuario, de manera que se pueda envolver más fácilmente en los ambientes tridimensionales que se generan electrónicamente, pero que, para los ojos y la fantasía del espectador, constituyen una “realidad” en la que puede participar. Esta participación se posibilita mediante la capacidad interactiva que posea el juego y las sensaciones de realismo que ofrezca a través de su interfaz gráfica. (Marcano Lárez 2014: 53)

Las propiedades y atributos que definen la experiencia del jugador de videojuego son: satisfacción, aprendizaje, efectividad, inmersión, motivación y emoción (Lachat-Leal 2016b). El aprendizaje, la motivación y la efectividad del videojuego

Figura 6 *Tileset, set de escritorio (milnian)*⁵

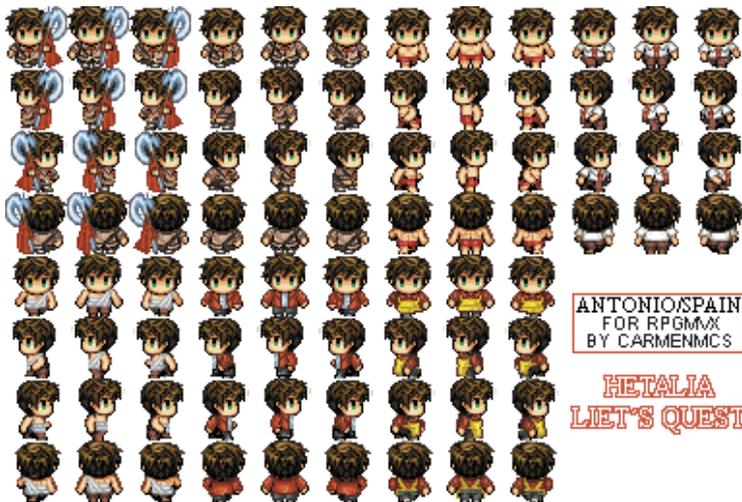


5 <https://www.deviantart.com/milnian/art/Tilesets-FSM-RM2K3-para-VX-Ace-Set-Escritorio-651542743> [22.09.2018].

se garantizan mediante unas mecánicas del juego adecuadas y un guion congruente, mientras que la inmersión, la motivación y la emoción dependen de un diseño gráfico sugerente.

La versión RPG Maker VX Ace Lite incluye materiales tanto gráficos (mapas, personajes, animaciones) como sonoros (música y efectos de sonido) para la creación de nuevos juegos. Sin embargo, el material disponible está orientado a la creación de mundos de fantasía épica, por lo que tuvimos que añadir nuevos recursos (bajo licencia *Creative Commons*) a la base de datos del programa para personalizar el juego y simular un escenario mucho más inmersivo. Para diseñar el fondo de la pantalla de campo *oficina*, donde ocurre la interacción principal entre los personajes (véase Figura 1), hemos recurrido a un atlas de teselas (*tileset*) de escritorio (véase Figura 6). En cuanto a los personajes se caracterizan con dos tipos de gráficos: *personajes animados (characters)* distribuidos en filas y columnas que representan el movimiento (véase Figura 7) y las *caras* (véase Figura 8).

Figura 7 Character de cliente joven (CarmenMCS)⁶



Los gráficos *caras* son los rostros de personajes que se verán en los mensajes. Vienen en sets de 8 imágenes, de 2 filas y 4 columnas. Es importante señalar que hemos seleccionado para el personaje principal y los NPJ *cliente*, imágenes con rostros con distintos gestos faciales (véase Figura 8).

6 <https://www.deviantart.com/carmenmcs/art/Hetalia-RPG-Maker-Spain-sprites-01-171233358> [22.09.2018].

Figura 8 Cara de cliente (Jalen)⁷

Así, en los mensajes de diálogos la expresión de la cara del personaje concuerda con el tono de su frase y su estado anímico, lo que genera emociones en el jugador. Esto es muy positivo porque, por un lado, la emoción consigue que el jugador se sienta inmerso en su rol (Marcano Lárez 2014: 54) y, por otro, porque la emoción es el formato básico para la toma de decisiones y del saber discriminar cómo actuar en diferentes contextos para que estas decisiones sean adecuadas (90).

Resultados y conclusiones

Al ser esta actividad extracurricular y voluntaria, era importante que fuera atractiva y motivadora. Por experiencia, sabemos que no resulta fácil animar a los estudiantes a adquirir conocimientos que no serán evaluados. Pero nuestras expectativas fueron ampliamente superadas. En un primer momento solo un cuarto de los estudiantes participó en esta actividad, pero como la experiencia les pareció divertida y curiosa animaron al resto. Por lo que al final unos dos tercios de los estudiantes jugaron al videojuego.

Tras pasar un cuestionario a los estudiantes, observamos que la gran mayoría empezó a jugar al videojuego por curiosidad y por motivos únicamente lúdicos, sin consultar el material de apoyo al aprendizaje, pero que tras interactuar con los personajes del juego tomaron consciencia de que la negociación va más allá de aceptar o no una tarifa y que conocer y aplicar estrategias de negociación les aportaría más seguridad a la hora de tratar con los clientes. Por ello, podemos concluir que con esta actividad se ha cumplido con el objetivo pedagógico principal de que los estudiantes de traducción conocieran la existencia de estrategias negociadoras y valoraran la utilidad de adquirir competencias negociadoras.

⁷ <http://jalensjamboree.blogspot.com/2011/10/people-4-6-emosets.html> [22.09.2018].

En cuanto a los objetivos del juego, que consistían en la adquisición de habilidades y destrezas negociadoras mediante la práctica, se han cumplido solo en parte, esto debido a que los estudiantes se acercaron primero al juego sin conocimientos previos, por lo que tomaron decisiones guiados por la intuición o el azar. Solo unos pocos volvieron a jugar tras consultar el material de apoyo.

Aunque esta actividad extracurricular ha demostrado su utilidad, los resultados nos indican que para alcanzar todos los objetivos se deben introducir cambios en el diseño del videojuego y expandirlo. Por ello, en una segunda fase, estudiaremos la división del juego en varios escenarios con diferentes niveles de dificultad.

En conclusión, la adquisición de competencias de negociación merece un lugar en la formación de traductores en un mercado, el español, en el que la presión para abaratar los servicios de traducción es cada vez mayor. Además, el videojuego de rol ha demostrado ser una herramienta eficaz para despertar el interés de los estudiantes por las estrategias de negociación y ejercitar sus destrezas.

Referencias bibliográficas

- ALDAO ZAPIOLA, Carlos M. (2009) *La negociación: un enfoque transdisciplinario con específicas referencias a la negociación laboral*. Montevideo, OIT/Cinterfor. <http://www.ilo.org/public//spanish/region/ampro/cinterfor/publ/aldao/> [25.08.2018].
- DE LA RICA PALMA, Sergio (2009) *Desarrollo de un juego de rol con RPGVX*. Trabajo final de carrera. E. T. en Informàtica de Gestió, Universitat Politècnica de Catalunya. <http://hdl.handle.net/2099.1/8706> [12.09.2018].
- GUERRA MUÑOZ, Fernando (2018) *Estrategias de negociación: Estrategias, habilidades humanas, competencias, procesos y casos, para negociar en ambientes colaborativos o altamente competitivos o adversos*. México, Patria Educación.
- GÓMEZ-POMAR RODRÍGUEZ, Julio (2004) *Teoría y técnicas de negociación*. Barcelona, Ariel.
- LACHAT-LEAL, Christina (2008) "Aprendizaje de resolución de problemas de traducción: herramientas para el desarrollo cognitivo de los estudiantes". En: Pegenaute, L.; De Cesaris, J.; Tricás, M. y Bernal E. (eds) *La traducción del futuro: mediación lingüística y cultural en el siglo XXI*. Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias: 47-54.
- (2016a) "Traducción audiovisual y narración transmedia: Aprendizaje situado". *Opción*. 11: 757-767. <http://www.redalyc.org/html/310/31048902044/> [12.09.2018].
- (2016b) "Serious games localisation. Playability and translation strategies". En: 8th European Society for Translation Studies (EST) Congress. *Translation Studies: Moving Boundaries*. Aarhus (Denmark). <http://hdl.handle.net/10481/42448> [12.09.2018].
- (2017) "Gamificación, videojuegos y traducción: localizar jugando". En: Padilla Castillo, G. (coord.) *Aulas virtuales: fórmulas y prácticas*. Madrid, McGraw-Hill Education: 297-304.

- LÓPEZ VALLEJO, Enrique Javier (2014) *Conceptualización y desarrollo de un videojuego RPG para PC*. Trabajo Final de Grado. Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia. Universitat Politècnica de Catalunya. <http://hdl.handle.net/2099.1/26150>. [03.09.2018].
- MARCANO LÁREZ, Beatriz Elena (2014) *Factores emocionales en el diseño y la ejecución de videojuegos y su valor formativo en la sociedad digital*. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca.
- MINISTERIO DE CULTURA (2010) *Libro blanco de la traducción editorial en España*. http://www.cedro.org/docs/lecturas/libro_blanco_acett_2010.pdf?Status=Master [23.09.2018].
- MORALES I MORAS, Joan (2015) *Serious games: diseño de videojuegos con una agenda educativa y social*. Barcelona, Editorial UOC.
- NIERENBERG, Gérard (1984) *Principios fundamentales de la negociación*. Trad. Luis Justo. Buenos Aires, Editorial Sudamericana: 39.
- PALACIOS PLAZA, Jorge (2008) *Técnicas avanzadas de negociación: estrategias, tácticas y trucos para negociar con éxito*. A Coruña, Netbiblo.
- RICO PÉREZ, Celia y GARCÍA ARAGÓN, Álvaro (2016) *Análisis del sector de la traducción en España. Informe*. Madrid, Universidad Europea. [http://abacus.universidadeuropea.es/bitstream/handle/11268/5057/analisis_sector_traducccion_14-15.pdf?](http://abacus.universidadeuropea.es/bitstream/handle/11268/5057/analisis_sector_traducccion_14-15.pdf) [22.09.2018].

Sitografía

- https://asetrad.org/images/asetrad/pdf/como_encargar_trad/GIR_espaol.pdf [22.09.2018].
- <https://www.pearltrees.com/christinafti/el-arte-negociar/id21645378> [22.09.2018].
- <http://www.rpgmakerweb.com/products/programs/rpg-maker-vx-ace> [22.09.2018].
- <http://programavideojuegos.blogspot.com/2014/01/tutoriales-de-rpg-maker-vx-ace.html> [22.09.2018].
- <https://www.deviantart.com/milkian/art/Tilesets-FSM-RM2K3-para-VX-Ace-Set-Escritorio-651542743> [22.09.2018].
- <https://www.deviantart.com/carmenmcs/art/Hetalia-RPG-Maker-Spain-sprites-01-171233358> [22.09.2018].
- <http://jalensjamboree.blogspot.com/2011/10/people-4-6-emosets.html> [22.09.2018].