



Xiaomi es una de las principales empresas de smartphones del mundo y ocupa el segundo puesto en envíos globales de teléfonos inteligentes durante el segundo trimestre de 2021.

Xiaomi es una empresa de electrónica de consumo y de fabricación de dispositivos inteligentes, como smartphones y hardware inteligente, conectados mediante una plataforma IoT como pilar fundamental.

Sector: Alta tecnología

Fundación: 2010

Sede: Pekín, China

Tamaño: Más de 20 000 empleados (2020)

Ingresos: 245 800 millones de CNY (2020)

Elementos de la solución

Tridion Docs (gestión de contenidos inteligente)

WorldServer (gestión de la traducción)

Trados Studio (productividad de la traducción)

Xiaomi se ahorra 2000 días de trabajo gracias a la gestión de contenidos basada en la tecnología

Cuando una empresa pasa de no estar presente en ningún mercado internacional a estarlo en cien en un plazo de cinco o seis años, una de las muchas áreas en las que es necesario reinventarse es la gestión de contenidos. En busca de una mejor manera de lograrlo y comunicarse a nivel mundial, Xiaomi recurrió a RWS.

El reto

Cuando Danica Shi, gestora del equipo de traducción de Xiaomi, cuenta que la empresa opera en más de 100 mercados, damos por hecho que tiene una larga historia y un proceso de localización consolidado. Sin embargo, Xiaomi tiene poco más de 10 años y la empresa pasó sus primeros cuatro años creciendo en China. Por tanto, podemos decir que ha hecho un recorrido largo en muy poco tiempo.

En ese breve tiempo, el equipo de traducción ha asumido la responsabilidad de localizar sitios web, materiales de marketing, documentación de productos, interfaces de usuario y guías de usuario en más de 70 idiomas, un total de unos 10 millones de palabras al año.

Pero no solo es el número de mercados e idiomas lo que ha crecido. Las líneas de productos de Xiaomi se han expandido tan rápidamente como su presencia a nivel mundial. La marca, que empezó su andadura con un solo smartphone original, hoy en día cuenta con cientos de líneas de productos y no solo de smartphones, sino también de tabletas, portátiles, televisores, dispositivos que se pueden llevar puestos y mucho más. También preside una creciente gama de dispositivos inteligentes Xiaomi para el hogar, fabricados tanto por Xiaomi como por sus socios, que se controlan a través de la aplicación para hogar inteligente de Xiaomi.

Xiaomi se dio cuenta de que el crecimiento global junto con la expansión de productos no suponía únicamente un reto para la localización, sino también para la gestión de contenidos incluso en sus idiomas de origen, el chino simplificado y el inglés.

«RWS destacó cuando pidió poder participar en nuestra colaboración con la empresa... Su presencia local y su proactividad, junto con las características del producto que queríamos, hicieron que RWS se convirtiera en la elección perfecta».

Danica Shi
Gestora de traducción, Xiaomi

Los riesgos de una gestión de contenidos ineficiente

Uno de los problemas era la ausencia de una estrategia y un proceso de gestión de contenidos centralizados. Diferentes equipos creaban, revisaban y traducían el mismo contenido o similar varias veces.

Eso dio lugar a diferentes niveles de calidad y a una terminología incoherente en contenidos similares. Xiaomi sabía que tenía que actuar para proteger los valores de su marca y minimizar los requisitos normativos de corrección (por ejemplo, la descripción de una característica que no la define con precisión). De este modo, la empresa estableció una oficina de gestión de contenidos, a la que se trasladó el equipo de Danica.

El segundo gran problema de Xiaomi estaba relacionado con sus procesos fundamentalmente manuales, ya que utilizaban herramientas que no estaban diseñadas para ese trabajo. Los gestores de proyectos de traducción utilizaban el correo electrónico y hojas de cálculo. Los equipos de contenido utilizaban procesadores de textos y software de diseño convencionales, incluso cuando el contenido era técnico u operativo en lugar de creativo. Estos procesos no resultaban eficientes y eran propensos a errores en muchos niveles, sobre todo porque requerían copiar y pegar frecuentemente cuando se tenían que actualizar documentos con contenido similar (por ejemplo, guías de usuario para diferentes modelos con características comunes). Si la empresa recibía un aviso de que necesitaba actualizar urgentemente contenidos legales o normativos, suponía todo un reto identificar dónde se encontraban dichos contenidos y, acto seguido, actualizar probablemente decenas de archivos diferentes uno a uno.

No disponer de las herramientas adecuadas implicaba que, incluso para la traducción (que pasaba por un equipo antes de la creación de la oficina de gestión de contenidos), no existiera ninguna forma práctica de garantizar la coherencia o saber con seguridad si el contenido se había traducido antes. Este problema se vio agravado por el hecho de que Xiaomi utilizaba varios proveedores de servicios lingüísticos diferentes para la traducción.



Características de las soluciones clave

- Combinación de tecnologías integradas para la localización y la gestión de contenidos
- Capacidad de integración con otros sistemas empresariales para agilizar los procesos integrales
- Altos niveles de automatización para la actualización, localización y publicación del contenido
- Plataforma para maximizar la reutilización de contenidos y la coherencia en chino, inglés y más de 70 idiomas

La solución

La oficina de gestión de contenidos está todavía en desarrollo y su supervisor controla a dos profesionales de los contenidos dedicados, una persona de asistencia tecnológica y el equipo de traducción formado por siete personas (un traductor a tiempo completo, dos gestores de proyectos, dos lingüistas, un gestor de calidad y Danica). Sin embargo, ha comenzado a unificar los procesos de contenidos de Xiaomi al establecer estándares para la empresa e implantar tecnologías clave para optimizar el proceso integral de creación, traducción y publicación de contenidos.

Antes de invertir en sus primeras tecnologías, la oficina de gestión de contenidos dedicó un año a hablar con las partes interesadas de toda la empresa sobre sus retos y necesidades con respecto al contenido, así como a profundizar en sus funciones y flujos de trabajo. También comenzaron a colaborar con varios proveedores de soluciones, entre ellos RWS.

«Conocíamos a RWS y confiábamos en ellos porque eran uno de nuestros proveedores de servicios lingüísticos», sostiene Danica. «Dado que también son una importante empresa de tecnología lingüística y de contenidos, era normal que habláramos con ellos. RWS destacó cuando pidió poder participar en nuestra colaboración con la empresa. Se unieron a nuestras entrevistas y aprendimos mucho de su forma de analizar nuestros problemas y convertirlos en ideas de diseño de soluciones. Su presencia local y su proactividad, junto con las características del producto que queríamos, hicieron que RWS se convirtiera en la elección perfecta».



La solución de RWS para Xiaomi incluye:

- WorldServer, un sistema de gestión de la traducción (TMS) que ofrece visibilidad y control durante todo el trabajo de localización.
- Trados Studio, una herramienta de traducción asistida por ordenador (TAO) integrada con TMS para ofrecer al traductor en plantilla de Xiaomi las ventajas de productividad de un proceso de traducción que hace uso de la tecnología.
- Tridion Docs, un sistema de gestión de contenidos por componentes (CCMS) que ofrece al equipo de contenido una plataforma flexible para transformar la gestión de la documentación de los productos (el primer objetivo del equipo).

La capacidad de integrar esta solución con otros sistemas empresariales, como el sistema de gestión de contenidos web (WCMS) propio de Xiaomi, fue clave para la empresa. Permite procesos continuos que requieren una intervención humana mínima, lo que ya ha supuesto un ahorro de tiempo de entre el 70 y el 75 % en diferentes casos de uso.

Cómo ahorrarse 2000 días de trabajo al año

Un ejemplo es un proceso un 70 % más rápido para localizar páginas web de productos, lo que supone un ahorro de 2000 días de trabajo al año. En lugar de copiar y pegar el contenido de la página del WCMS en un documento que se va a enviar por correo electrónico para que se traduzca, el equipo web ahora solicita la traducción directamente desde su sistema con unos pocos clics. Así se genera automáticamente un proyecto en TMS, que el equipo de Danica puede enviar a su traductor en plantilla o a uno de los proveedores de servicios lingüísticos y, de nuevo, con unos pocos clics.

Una vez traducido el contenido, la revisión local también se gestiona de forma centralizada a través de TMS. Tras la aprobación, las páginas traducidas se envían directamente al WCMS para su preparación y publicación.

Además de ofrecer automatización y visibilidad durante todo el proceso, TMS proporciona a Xiaomi la capacidad de evitar la duplicación del trabajo y mejorar la coherencia al hacer uso de las ventajas de la gestión de memorias de traducción (TM) y de la terminología (creación y mantenimiento de una base de datos terminológica).¹ Tanto la memoria de traducción como la base de datos terminológica están centralizadas en TMS y todos los traductores que trabajan con el contenido de Xiaomi las utilizan, ya sea de forma interna o externa. Xiaomi también está trabajando en crear un portal empresarial para poner su base terminológica a disposición de toda la empresa y de los socios, de modo que todos puedan beneficiarse de la orientación de la oficina de gestión de contenidos en cuanto al uso de términos técnicos, nombres de marcas y otra terminología.

¹ Una memoria de traducción es una base de datos de contenido traducido anteriormente que se utiliza para ofrecer coincidencias de forma automática cuando se debe traducir contenido nuevo, de modo que se evita volver a traducir algo que ya está traducido y se mejora la coherencia. Una base de datos terminológica es una base de datos de términos aprobados (y términos que se deben evitar) utilizados por las empresas para tener un mayor control sobre la coherencia de los contenidos y el cumplimiento normativo de la marca.

La gestión de contenidos inteligente acelera el proceso de publicación entre un 70 y un 75 %

El uso de Tridion Docs por parte de Xiaomi es todavía algo reciente y existe un proyecto piloto en marcha para migrar más de 1000 guías de usuario a la plataforma. Son ideales para gestionarlas a través del CCMS, ya que están muy bien estructuradas con párrafos de texto (componentes) que se vuelven a utilizar con frecuencia en varios documentos.

El sistema permite que estos componentes (términos legales, advertencias estándar, descripciones de las funciones comunes y mucho más) se almacenen una única vez y se utilicen donde sea necesario en diferentes documentos. Si es necesario actualizar un componente o añadir uno nuevo, solo hay que hacerlo una vez y la actualización se propaga para crear nuevas versiones de un documento a golpe de clic. Se trata de un cambio radical en la gestión de contenidos en cualquier idioma, ya que el CCMS puede almacenar los componentes y sus traducciones aprobadas. Y, por supuesto, se integra directamente con TMS para permitir una traducción optimizada de los componentes.

Además de simplificar la creación y actualización de contenidos, el CCMS transforma el proceso de publicación. En lugar de que los diseñadores tengan que preparar cada documento individual para su impresión, el sistema incluye plantillas de diseño que permiten automatizar la generación de documentos y que el tiempo de preparación del material gráfico prácticamente desaparezca. La oficina de gestión de contenidos estima que Tridion Docs reducirá el tiempo necesario para mantener y publicar estas guías de usuario en un 70 % y podría suponer el ahorro de millones de yuanes.

Tridion Docs también es compatible con la publicación dinámica en canales online, de la que Xiaomi espera beneficiarse tras el desarrollo de su WCMS. Hasta el momento, la posibilidad de enviar PDF existentes al WCMS a través de Tridion Docs supone un ahorro del 75 % del tiempo que la empresa tardaría en vincular PDF actualizados en todos los sitios que tiene en mercados diferentes.



Proteger y mejorar la marca

Según Danica, «Ya estamos obteniendo un enorme valor de la solución de RWS y acabamos de subirnos al carro de la gestión de contenidos. Podemos avanzar para satisfacer las crecientes necesidades empresariales sin tener que contratar a más personas, y podemos ofrecer un trabajo más coherente y de la mejor calidad a la vez que reducimos el esfuerzo y los costes. También hemos encontrado el momento adecuado para explorar futuras mejoras e innovaciones, como la IA lingüística, que aportará aún más valor».

«Ya sea con offline u online, el contenido que producimos como empresa da una pista de lo que clientes de todo el mundo piensan sobre nosotros. Esto es importante y RWS nos está ayudando a dar lo mejor de nosotros».

Ventajas principales para Xiaomi

- Localización de páginas web de productos un 70 % más rápida, lo que supone un ahorro de 2000 días de trabajo.
- Reducción del 75 % en el tiempo de publicación de PDF en sitios web de varios países.
- Ganancias similares estimadas para producir guías de usuario impresas a través de CCMS.
- Mejoras significativas en la coherencia y la calidad de las traducciones.
- Tiempo libre para centrarse en las crecientes necesidades de localización de un negocio en rápida expansión.

Descubre más sobre nuestras tecnologías lingüísticas y de contenidos

rws.com/es/content-management/

rws.com/es/localization/products/

Acerca de RWS

RWS Holdings plc es el principal proveedor de servicios lingüísticos basados en tecnología, de gestión de contenidos y de propiedad intelectual del mundo. Ayudamos a nuestros clientes a conectarse y a ofrecer nuevas ideas a personas de todo el mundo mediante la comunicación de contenido empresarial crítico a escala y la protección y materialización de sus innovaciones.

Nuestro objetivo es ayudar a las organizaciones a interactuar de forma eficaz con personas de cualquier parte del mundo. Para ello, utilizamos nuestra inteligencia global colectiva, amplia experiencia y tecnología inteligente para resolver cualquier reto relacionado con idiomas, contenido y acceso al mercado.

Entre nuestros clientes se encuentran 90 de las 100 principales marcas del mundo, las 10 empresas farmacéuticas más destacadas y aproximadamente la mitad de las 20 empresas que más patentes registran en todo el mundo. Nuestra base de clientes abarca las regiones de Europa, Asia Pacífico y América del Norte y del Sur, e incluye una amplia gama de sectores: tecnología, farmacia, medicina, derecho, servicios financieros, química, automoción, gobierno y telecomunicaciones. Ofrecemos nuestros servicios desde oficinas en cinco continentes.

Fundada en 1958, RWS tiene su sede en el Reino Unido y cotiza públicamente en AIM, el mercado regulado de la Bolsa de Londres (RWS.L).

Para obtener más información, visita: www.rws.com/es

© Reservados todos los derechos. La información incluida en este documento se considera confidencial y propiedad de RWS Group*.

* RWS Group es RWS Holdings PLC en representación propia y de sus filiales.