



Jornades de Foment de la Investigació

EL PAPEL DE LA TRADUCCIÓN COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR Y VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA CERÁMICA

Autors

Sonia Vecino Ramos

RESUMEN

La Gestión de la Calidad Total consiste en una serie de acciones orientadas a satisfacer las necesidades del cliente de la manera más eficaz y eficiente posible. Su ámbito de actuación se centra en la producción tanto de bienes como de servicios, y en todo momento dentro de estos ciclos podemos encontrar traducciones de documentos originales o textos redactados por la propia empresa. Aquí entra en juego el papel del traductor, que mediante la producción de documentos de calidad puede contribuir a conseguir la Calidad Total dentro de una empresa y a mejorar su imagen frente a sus clientes. Al mismo tiempo, este cuidado en la redacción y presentación de los documentos puede contribuir en la consecución de una mejora en la imagen y de una ventaja competitiva para dicha organización.

1. CONCEPTO DE GESTIÓN DE CALIDAD

La gestión de la calidad en el ámbito empresarial se ha ido desarrollando a lo largo del último siglo aproximadamente. Durante todo este tiempo, el concepto de calidad se ha ido trasladando a otros ámbitos de la sociedad, llegando a adquirir el papel relevante que tiene hoy en día. Hablamos de calidad en los servicios que nos ofrecen, en los productos que compramos o e incluso se habla en numerosas ocasiones de la calidad de las relaciones humanas.

El objetivo de este artículo es destacar la importancia del traductor como un elemento diferenciador y ventaja competitiva de la calidad empresa con respecto a sus competidores, por lo que en primer lugar haremos un breve repaso del camino que ha seguido la gestión de la calidad hasta nuestros días.

En los estudios de esta disciplina se distinguen cuatro eras. Cada una de ellas se basa en la aplicación de una serie de estrategias de dirección a lo largo de los años, con el objetivos de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes (JAMES, 1997:28). Estas cuatro eras son las siguientes: desarrollo de la calidad a través de la inspección, del control de calidad, del aseguramiento de la calidad y, llegando a la estrategia imperante en nuestros días, el desarrollo de la calidad a través de la Gestión de la Calidad Total (GCT).

Cada una de estas fases ha basado su enfoque en distintos puntos. Mientras que en la etapa de inspección se hacía hincapié en el producto, en la del control de calidad se primaba el papel del proceso, y en la del aseguramiento de la calidad se daba más importancia a los aspectos relacionados con el sistema. Por último, la GCT recoge las filosofías anteriores, pero basa su enfoque principalmente en los recursos humanos.

Para profundizar un poco más en las características de cada una de las eras, aunque sin extendernos demasiado, diremos que en la primera de ellas se detectó la necesidad de inspeccionar la calidad en los rendimientos del proceso para llegar a unos estándares aptos para la producción en masa de productos de calidad. La segunda era se caracterizó por el control del proceso de fabricación a través de la gestión de datos. En cuanto a la tercera, destaca el desarrollo del sistema que rodeaba al proceso y al producto manufacturado. Se originó la necesidad de incrementar la aplicación de la gestión de la calidad a toda la organización (JAMES, 1997: 43).

Finalmente, la cuarta era significó el desarrollo de la Gestión de la Calidad Total. Ésta se define como “una filosofía que busca obtener el compromiso global de la organización a través de la participación, y gestionar eficazmente la calidad para minimizar errores y satisfacer a los clientes de una forma constante” (JAMES,1997: 44).

2. FUTURO DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL

La GCT es la base para aprovechar las oportunidades del mercado, mejorar los puntos fuertes de la organización y reducir los efectos que puedan tener sobre las debilidades y amenazas (JAMES, 1997: 278). En el futuro debe convertirse en una estrategia integrada formada por disciplinas independientes entre sí como son el diseño, el marketing, la dirección de recursos humanos y profesionales de la gestión, de la salud y de la higiene. Todo esto desde el punto de vista interno.

De manera externa a la organización, ésta se debe dirigir a clientes y proveedores (JAMES, 1997: 272). Se pretende asegurar el desarrollo por parte de la empresa, de manera integrada, de un sistema de gestión de calidad que pueda afrontar los entornos cambiantes y, al mismo tiempo, que sea capaz de satisfacer los requisitos de sus proveedores y clientes, tanto externos como internos, es decir, la fuerza de trabajo de la propia empresa.

De todo lo expuesto hasta el momento, podemos destacar la importancia que la orientación al cliente puede tener en un futuro dentro de la GCT. Si como norma general se deben satisfacer sus necesidades, tras estudiarlas y de ese modo conocerlas mejor la empresa debe tener también en cuenta la satisfacción de aspectos en los que quizás no ha reparado y de cuya importancia que él mismo no es consciente. En este momento es cuando entra en juego el papel del traductor en la empresa. Éste, como tal y también como redactor, revisor y productor de documentación interna y externa a la empresa, es un factor muy importante en la imagen de calidad y cuidado en los productos o servicios que una empresa determinada proyecta tanto hacia el exterior como hacia su propio ámbito interno.

Esta idea se relaciona de forma estrecha con la necesidad que tienen las empresas de encontrar elementos diferenciadores y ventajas competitivas que les hagan destacar por encima de sus competidores más directos, y también de los potenciales, en sus respectivos segmentos de mercado. El trabajo del traductor en este sentido puede ser un punto a su favor que, si bien puede parecer nimio a primera vista, en un entorno cada vez más competitivo podría llegar a ser primordial. Sobre todo en la industria cerámica, una de las principales motoras de la economía de nuestro país, y no digamos de nuestra provincia, la cual tiene establecidas numerosas relaciones a nivel internacional que se deben cuidar al máximo.

Podríamos señalar el papel del traductor como un valor añadido al servicio que se proporciona al cliente y que implica ofrecerle atributos del servicio, que podrían no estar relacionados directamente con el servicio contratado. A pesar de ello, ir más allá de lo que se espera y aportar mejoras que puede no valorar en un primer momento conlleva a veces que no se obtenga la recompensa directa de su apoyo en términos de compra y lealtad (JAMES, 1997: 277). Pero a más largo plazo no deja de ser un valor añadido.

3. LA CALIDAD EN LA TRADUCCIÓN

El objetivo de este apartado es ofrecer una panorámica sobre algunos estudios que relacionan la traducción con la consecución de la calidad. En los puntos siguientes se tratará su importancia en la producción de textos de calidad en la empresa, y más concretamente en la industria cerámica.

Guillermo de la Dehesa, Presidente de Honor del Consejo de Cámaras de Comercio, se muestra de acuerdo con uno de los aspectos apuntados anteriormente al afirmar que “toda empresa tiene que adecuar la forma de comunicarse interna y externamente a un determinado patrón o modelo homogéneo que permita una mayor claridad de exposición, una argumentación más sólida y mejor expresada, y una

estructura más lógica” (PORTOCARRERO, 2001: 3). La consecución de estos objetivos redundará en una notable mejora de la comunicación en el ámbito interno de la empresa, pero también en sus relaciones con empresas e instituciones externas, tanto públicas como privadas. En todo este proceso, la labor del traductor y de todas aquellas personas que se encargan de producir documentos escritos es de gran importancia.

Una vez reiterado el papel de la traducción como elemento para ayudar en la consecución de la calidad, veamos algunos ejemplos de los estudios que se han realizado sobre esta cuestión. Nos centraremos en el campo de la terminología, en la documentación y, por último, en el estudio de la traducción desde el enfoque de los géneros textuales, que no por aparecer en este lugar es el de menor importancia, sino que todos se complementan y forman parte del proceso productor.

En el caso de la terminología, es significativo el estudio que realiza Sue Ellen Wright en este sentido. En su artículo, declara su intención de comparar el proceso de producción de un documento con el de un producto industrial, refiriéndose a la traducción también como a la producción de documentos (WRIGHT, 1997: 488-489), aunque sin olvidar sus particularidades.

Afirma que es la última parte del proceso, la dedicada a la edición del texto, la que más se asemeja al proceso industrial anteriormente mencionado. Asimismo, destaca que aunque se intentan lograr unos estándares de calidad elevados a través de la cuidada selección del traductor, en general éstos se intentan conseguir más en el proceso final de edición.

Es muy interesante la opinión de esta autora cuando afirma que un proceso de retroalimentación dirigido a los traductores podría mejorar la calidad futura de sus trabajos y que esto es lo ideal, aunque no sea la práctica que se lleva a cabo de manera habitual. Y aunque en su artículo se basa principalmente en la terminología, sus apuntes referidos a la calidad sirven también para aplicarlos a la traducción y a la producción de textos en general.

Según Wright, el aseguramiento de la calidad depende del cumplimiento de unos principios de calidad en todos los sistemas de la empresa, así como a lo largo del todo el proceso de producción del producto o servicio (incluyendo los documentos) que produce la empresa. Esto es precisamente lo que se debe conseguir, que los traductores puedan trabajar con unos estándares que validen su trabajo en las empresas y que demuestren en el sector industrial el gran valor de su tarea, que en numerosas ocasiones no se tiene en cuenta.

Este último punto se puede comprobar de un modo muy sencillo. A casi todos nos han contado alguna vez que cuando una empresa necesita una traducción suele dirigirse a un familiar, amigo, conocido... en fin, a cualquier persona que conozca más o menos la lengua en la que está escrito el documento original. En los resultados publicados en un trabajo anterior (VECINO, 2001: 6-7), se podía observar cómo por lo general es un empleado de la empresa quien realiza las traducciones. En el mejor de los casos, éste será un traductor que de forma habitual realiza otro tipo de trabajo, como pueda ser el de administrativo, pero no siempre es así.

A continuación, veamos el enfoque que hace Pinto para la documentación y que nos puede servir de guía para ver la situación de la calidad en la traducción. Siguiendo con los principios de la Gestión de la Calidad Total, esta autora afirma que un sistema de calidad aplicado a la Traducción pretenderá satisfacer al cliente, organizar el trabajo como un proceso, medir los resultados, reconocer a la persona como clave de la organización y fomentar la mejora continua de procesos y productos (PINTO, 1999: 85-86).

En el artículo mencionado (PINTO, 1999: 91), se destacan los elementos que según la norma ISO 9000 pueden influir en la calidad del proceso de traducción. Uno de ellos es la empresa, organización

o servicio de traducción. Otro es el traductor propiamente dicho, que debe poseer un determinado nivel de conocimientos y de procedimientos, además de planificar una mejora continua a través de la formación. A la hora de establecer los estándares de Calidad para una traducción o para cualquier documento escrito, no cabe la menor duda de que es el cliente quien influye de manera definitiva en las decisiones de la traducción, por lo que se puede asegurar que la calidad de ésta depende directa y fundamentalmente del grado de satisfacción alcanzado por sus lectores (PINTO, 1999: 91). Siguiendo en esta línea, al ser el cliente el principal factor en la realización de la traducción, será necesario y muy útil conocer el mercado, sus necesidades y expectativas (Peña en PINTO, 1999: 91).

Pinto también plantea una serie de atributos para el producto derivado de los procesos de traducción, es decir, del texto meta, que pueden servir como punto de partida en el establecimiento de parámetros de valoración de la calidad, con el fin de establecer un análisis multicriterios eficaz. Uno de estos elementos es la representatividad cognitiva, teniendo en cuenta la precisión o exactitud del texto con respecto al original, su claridad y legibilidad, así como su cohesión y coherencia. Otro elemento sería la educación funcional, es decir, si la traducción se adapta a los objetivos previstos y en qué medida lo hace. Por último, también es importante la presentación formal y, dentro de ella, el tiempo empleado en la traducción y su coste (PINTO, 1999: 91-93).

Finalmente, es necesario destacar el papel de los géneros en la traducción y producción de textos dentro del ámbito industrial. Es imprescindible tener muy en cuenta que según el tipo de texto con el que se trabaja, éste presenta una serie de características, tanto en la lengua origen como en la lengua meta, que le confieren la categoría de un determinado género textual u otro. Por esta razón es muy importante conocer sus convenciones y también lo es, como en el caso anterior, el tener en cuenta los deseos y necesidades del cliente, que es quien delimitará el nivel de calidad. En este sentido, encontramos una publicación reciente de Gamero en la que aborda el estudio de los géneros desde el punto de vista de la traducción técnica. Esta visión puede ser muy útil para el traductor que trabaja en el ámbito técnico y científico, uno de los más importantes dentro de la industria cerámica.

El objetivo de esta autora es establecer un marco teórico-metodológico para la práctica profesional del traductor y, al mismo tiempo, propone un modelo empírico de análisis aplicable a la traducción técnica de textos escritos (GAMERO, 2001: 18). Pero no debemos quedarnos ahí, pues el establecimiento y análisis de las convenciones de género, en este caso el técnico pero también en el resto, también pueden ayudar al redactor de textos que en un momento dado podría ser cualquier empleado.

4. LA CALIDAD EN LA INDUSTRIA CERÁMICA

“La nueva sociedad empresarial del siglo XXI, caracterizada por los avances tecnológicos e Internet, demanda una comunicación más eficaz y precisa. Las empresas asumen hoy, más que nunca, la conexión directa entre la eficacia en la comunicación y las metas que se fijan” (PORTOCARRERO, 2001: 5).

Este hecho nos debe hacer reflexionar una vez más sobre el importante papel que puede y debe juzgar el traductor o productor de documentación dentro de la empresa. Producir textos y material escrito de calidad es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y para la proyección de una imagen adecuada de cara al mercado, pero en su ámbito interno también se debe tener en cuenta que los escritos claros y concisos aumentan la productividad y la satisfacción de las personas (PORTOCARRERO, 2001: 5). Éstos son varios de los objetivos principales de la empresa, por lo que no se deben perder de vista. Pero por desgracia en el mundo empresarial no siempre sucede así, y en este punto es donde el traductor puede aportar su profesionalidad como conocedor de la lengua, tanto de

la suya propia como de otras lenguas extranjeras, pero también como corrector y redactor de textos originales.

La calidad de los textos producidos por la empresa redundará en su buena o mala imagen, ya que de una correcta expresión y exposición de ideas cabe deducir que el resto de procesos de la empresa se llevan a cabo de manera semejante y con el mismo cuidado. Para conseguir esa calidad, todo el proceso de traducción/redacción debe seguir una serie de pautas.

Si observamos el caso de la industria cerámica, no es exagerado afirmar el gran interés y preocupación de la mayoría de las empresas de este sector por cumplir los parámetros de calidad en procesos y medio ambiente para conseguir la certificación de las normas ISO 9000 e ISO 14000, principalmente. Aunque este fenómeno no es exclusivo de esta industria, se trata de una de las más importantes del país y es en la que nos vamos a centrar, máxime teniendo en cuenta que el ámbito en el que se mueven nuestros estudios*.

En este caso, sabiendo que existe en el sector una gran preocupación por los estándares de calidad, nos preguntamos por qué no implantar y cumplir unos criterios destinados a la producción de los textos que la empresa destina a sus empleados, a la sociedad y, no debemos olvidarnos, a sus clientes. Considerar todos los aspectos que se han tratado anteriormente podría reportar beneficios a la empresa en los que casi con toda seguridad no se ha reparado pero que existen y se deberían aprovechar.

Un ejemplo del interés de las empresas cerámicas por las certificaciones de calidad se observa en el hecho de que una de las asociación más importantes del sector de la cerámica, la Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos (ASCER), se haya preocupado por conseguir la certificación de sistema de calidad de acuerdo con la norma UNE-EN-ISO 9002, que certifica su garantía de servicio y transparencia de cara a sus asociados. ASCER representa el 98% de la producción española de baldosas cerámicas, por lo que cabe suponer que sus asociados seguirán su ejemplo. Es una ventaja competitiva y un elemento diferenciador de esta asociación en el mercado con respecto al resto de organizaciones que puedan competir con ella. Asimismo, es un factor que sin duda mejora su imagen de cara al exterior y al interior de la empresa.

Pero lo ideal sería no quedarse ahí. Con el objetivo de dar una mayor sensación de calidad y obtener beneficios de ello, ¿por qué no mejorar también la imagen de la empresa a través del cuidado de los documentos que se traducen o redactan en ella?

5. CONCLUSIONES

Puesto que el objetivo del presente trabajo, así como las conclusiones a las que se pretendía llegar, han ido reflejándose a lo largo del texto, no es necesario extenderse demasiado en este punto.

Simplemente, se pretende destacar una vez más que el mundo empresarial y los profesionales de la traducción pueden trabajar juntos para ofrecer la mejor imagen posible de cualquier organización, tanto de cara a su ámbito interno como al externo y al entorno.

Aunque es un factor al que las empresas no suelen prestar demasiada atención, proyectar una imagen de calidad a través de los textos escritos que produce le puede resultar muy rentable, al mismo tiempo que le confiere un elemento diferenciador de igual valía que el cuidado en la producción de productos o servicios, o las relaciones con los recursos humanos. Es una ventaja competitiva más que se debe explotar para llegar a ser una empresa líder en el mercado en todos los aspectos.

6. BIBLIOGRAFÍA

- S. GAMERO PÉREZ (2001): *La traducción de textos técnicos*. Ariel Lenguas Modernos, Barcelona.
- P. JAMES (1997): *Gestión de la Calidad Total. Un texto introductorio*. Prentice Hall Iberia, Madrid.
- M PINTO, J.A. CORDÓN, EDS. (1999): *Técnicas documentales aplicadas a la traducción*. Síntesis, Madrid.
- F. PORTOCARRERO, N. GIRONELLA (2001): *La escritura rentable. La eficacia e la palabra en la empresa*. SM, Madrid.
- S. VECINO RAMOS: “*Situación de la traducción en la industria cerámica y afines*. VI Jornadas de Fomento de la Investigación en Ciencias Humanas y Sociales, mayo 2001. Publicado en: <http://sic.uji.es/publ/edicions/jfi6/>
- S.E. WRIGHT, G. BUDIN (1997): *Handbook of Terminology Management*. John Benjamins, Amsterdam.

ANOTACIONES

* Colaboración en el proyecto *Estudio y descripción de la lengua de especialidad de una rama profesional de la cerámica y elaboración de un diccionario terminológico multilingüe II*, financiado por la Conselleria de Cultura, Educación y Ciencia de la Generalitat Valenciana (enero 2000-diciembre 2002) y llevado a cabo en el Departamento de Traducción y Comunicación de la Universidad Jaume I.