

## **Entrevista: Ana Ballesteros (COVAP, Area Manager)**

Rafael Porlán Moreno  
Universidad de Córdoba  
lr1pomor@uco.es

Fecha de recepción: 30.06.2012  
Fecha de aceptación: 01.09.2012

**Resumen:** Reproducción de la entrevista realizada a D<sup>a</sup> Ana Ballesteros, Area Manager de COVAP.

**Palabras clave:** traducción especializada, sector agroalimentario

## **Interview: Ana Ballesteros (COVAP, Area Manager)**

**Abstract:** Transcription of the Interview with Ana Ballesteros, Area Manager in COVAP.

**Keywords:** specialized translation, agrifood sector.

**Sumario:** Introducción. Transcripción de la entrevista.

### **Introducción**

En la primavera de 2010, bajo la presidencia española de la UE, diversos representantes del sistema agroalimentario europeo se reunieron con miembros de la Comisión y del Parlamento europeos en la sede del Instituto San Telmo de Sevilla en el seminario "Competitividad Exterior del Modelo Agroalimentario Europeo". La finalidad de aquel encuentro era el debate sobre cuestiones relativas a la promoción exterior de este sistema. Mi principal actividad profesional es la interpretación de conferencias y, al ejercer esa actividad en aquella reunión, disfruté de una posición privilegiada para captar tanto los contenidos como la atmósfera que se podía captar en dicha reunión. Entre otras cuestiones, se puso particular énfasis en los problemas de internacionalización de que adolece el sector y, aunque no se hizo mención expresa de ello, no pude evitar pensar en la posible contribución que desde los campos de la traducción y la interpretación se podía hacer para apoyar a este sector. En uno de los

documentos de trabajo del seminario, se hacía la siguiente mención: “Se considera prioritaria la mejora de la competitividad de la agricultura y de la industria agroalimentaria europea, así como el incremento del valor añadido de los productos agroalimentarios comunitarios y el fomento del modelo de producción europeo”<sup>1</sup>. Un elemento necesario para la mejora de la competitividad que no se manifiesta de manera evidente (aunque sí en el terreno de las conversaciones informales en el sector) es precisamente las carencias en materia de idiomas de la empresa agroalimentaria tradicional. De hecho, ha sido dicha carencia la que me ha permitido acercarme al sector de manera ocasional y, a la vez, tomar conciencia del papel indispensable para el intercambio comercial a nivel internacional que tiene el dominio fluido de diversidad de idiomas. Lo que es más: la atención que desde los estudios de Traducción e Interpretación se presta a aspectos que superan lo meramente lingüístico, como pueden ser usos culturales, entorno social y político, etc. no se presta en otros estudios, y es sólo tras dolorosos ejercicios de ensayo y error que bastantes profesionales del comercio internacional toman conciencia de lo importante que es trascender la mera comunicación lingüística. Asimismo, cualquier intérprete que haya trabajado en un entorno comercial es consciente de la importancia que tienen el atender no sólo a la parte comunicativa, sino también a la sensibilidad de los intervinientes en un intercambio comercial, y cómo un trato ventajoso para dos partes puede arruinarse por la mala actitud (ante los ojos de la otra parte) de alguno de los participantes.

La oportunidad que el trabajo como intérprete me ha dado de estar en estrecho contacto con empresas del sector, dedicadas sobre todo a los sectores oleícola, porcino y hortofrutícola, me permitió conocer de primera mano algo que puede sorprender en un primer momento: es significativo el número de empresas que, en lugar de recurrir a licenciados en otras áreas para promover su internacionalización, optan por contratar licenciados en Traducción e Interpretación y personas con formación en lenguas, para después adaptar su perfil a las necesidades concretas de la empresa. Parece ser que, además de la necesidad de contar con recursos lingüísticos en su plantilla, el perfil más “cosmopolita” de los licenciados en Traducción e Interpretación suele adaptarse bastante bien a la necesidad que tienen las empresas del sector de personas polivalentes y con la capacidad de iniciativa propia que su actividad requiere.

---

<sup>1</sup> I Panorama del Medio Ambiente y del Medio Rural y Marino. [http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/servicios-generales/publicaciones/i\\_panorama\\_del\\_medio\\_ambiente\\_medio\\_rural\\_marino\\_tcm7-164920.pdf](http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/servicios-generales/publicaciones/i_panorama_del_medio_ambiente_medio_rural_marino_tcm7-164920.pdf)

Para contrastar esta percepción, entré en contacto con el ICEX y EXTENDA, los organismos de promoción exterior que desarrollan su actividad prestando apoyo al mundo de la empresa a escala nacional y regional respectivamente, así como con asociaciones empresariales del sector agroalimentario. El intercambio de pareceres con los técnicos de estos organismos fue muy positivo, y me permitió constatar que también contaban entre su personal técnico con licenciados en Traducción e Interpretación.

Y sería ya a través de contactos personales que pude saber que una persona que había cursado estos estudios trabajaba en la actualidad para el departamento internacional de COVAP, una de las empresas del sector con sede en la provincia de Córdoba que, a su proyección internacional sumaba un claro prestigio. Esta persona, doña Ana Ballesteros, mostró en todo momento la mejor disposición para apoyar cualquier iniciativa que surgiese desde nuestro Departamento en el sentido de establecer un contacto cercano y de primera mano entre nuestros estudios y el sector agroalimentario, cosa que se materializaría en su asistencia a los I Encuentros entre Ciencia y Traducción.

En un primer lugar, la presencia de una persona procedente del entorno agroalimentario y con formación en Traducción e Interpretación en nuestra facultad podía suponer una ventana abierta al mundo profesional en general no demasiado habitual. Es lugar común que el alumnado relativiza aquella información que el profesorado inmediato pueda darle sobre aspectos tangibles de la vida profesional y que, por el contrario, parece prestar mayor legitimidad a lo que pueda venir “del exterior”. Y en segundo lugar, el aportar una visión de primera mano de en qué se materializa la presencia de los licenciados en nuestra área en un sector concreto como el agroalimentario, que podría parecer lejano, refuerza la noción de versatilidad y pluralidad de perspectivas profesionales que se atribuyen a estos estudios.

Por último, es opinión compartida por bastantes miembros de nuestro departamento que confluyen actualmente varias circunstancias que hacen de éste un momento especialmente indicado para dar relieve a este sector como salida profesional para nuestro alumnado:

- La acuciante necesidad de internacionalización del sector teniendo en cuenta la coyuntura internacional.
- La presencia en el tejido social y económico de la región del sector, patente tanto en nuestra provincia como en provincias como Jaén y Ciudad Real, origen de buena proporción de nuestro alumnado.

- La concesión a la Universidad de Córdoba del Campus de Excelencia Agroalimentaria.
- La convivencia actual en el Campus de Rabanales de los estudios de Traducción e Interpretación y de otros como los de Agronomía y Veterinaria
- La permanente necesidad de orientar al alumnado hacia salidas profesionales que puedan resultarle provechosas

Sería preciso recalcar que, dado que la vocación inicial de los estudios de Traducción e Interpretación no es la especialización inicial en ningún sector, cualquier oportunidad de que los alumnos puedan tomar contacto con sectores con vocación internacional siempre es positiva, y como hemos podido constatar, la acogida que encontramos por parte del sector privado a nuestra voluntad de contacto, es más que positiva.

### Transcripción de la entrevista

*Rafael Porlán: Buenas tardes, estimado público, alumnos de la Licenciatura y el Grado en Traducción e Interpretación de la Facultad de Filosofía y letras. Quería en primer lugar agradecer a M. del Carmen Balbuena, como organizadora de las I Jornadas de Ciencia y Traducción la oportunidad que nos ha dado para que estuviésemos entre nosotros una persona con un perfil muy especial: Ana Ballesteros. La organizadora y secretaria de este centro mostró desde un primer momento un gran interés por el hecho de que pudiese dirigirse al alumnado de nuestra facultad una persona que viene de un sector que puede en principio parecer un poco ajeno a nuestros estudios: el agroalimentario. La razón del interés que por este campo ha mostrado parte del profesorado de nuestro departamento y, en concreto, nuestro grupo de investigación, es la gran importancia que dicho sector tiene en la economía de nuestra provincia, así como en otras provincias de las que proceden nuestros alumnos, así como por haber detectado que había una presencia no desdeñable de licenciados en Traducción e Interpretación en dicho campo. Cuando supimos que en una de las empresas más importantes del sector en nuestra provincia había una licenciada de nuestra área, nos pusimos en contacto con ella y con su empresa, COVAP, para ver si podíamos establecer un primer contacto, intercambiar impresiones. En todo momento, tanto la propia Ana como el director de su departamento, mostraron la mejor disposición para que dispusiésemos de al menos parte de su tiempo en estas jornadas.*

*En cuanto a la formación de Ana, ella es licenciada en Traducción e Interpretación por la Universidad de Granada. Volvió a Córdoba en 2005 para seguir un Curso de empleado en Operaciones Internacionales de la Cámara de Comercio. En marzo de ese mismo*

*año, solicitó unas prácticas de empresa en COVAP, siendo aceptada. Tras unos meses como becaria, se le propone que pase a ser empleada prestando apoyo en el departamento internacional de la empresa. Según ella misma me ha comentado, era aquel un buen momento para formarse ya que, por entonces, el departamento únicamente se componía del jefe, un "area manager" y ella misma. Se producirían después varios cambios, ya que en antes estaba dedicada a la zona de Europa y las Américas, mientras que ahora ha pasado a gestionar Europa, Asia y Oceanía ella sola.*

*En 2008/2009 cursó el Máster de Gestión Internacional EOI para Empleados. Me ha comentado también que nunca ha abandonado la formación en idiomas. En 2010/2011 participó en el Programa de formación comercial internacional para la mejora de la gestión comercial internacional en empresas de alimentación y bebidas. En total, lleva dedicada a la empresa COVAP 6 años.*

*Rafael Porlán (P): En tu caso, tenemos un ejemplo de la multiplicidad de orientaciones profesionales que pueden seguirse tras culminar los estudios de traducción e interpretación; se hace necesario preguntarte lo siguiente: ¿tenías pensado en principio orientarte hasta este sector?*

Ana Ballesteros (B): La verdad es que, en principio, no lo había pensado pero, en el último año de licenciatura, vino una persona a dar una charla a la facultad e hizo referencia sobre todo al área de comercio exterior, y fue como si se sembrase la semilla de lo que después llegaría a hacer. Tenía algunas cosas claras, sobre determinadas cosas a las que no me quería dedicar, pero también pensé que, tras acabar, sería bueno que hiciese un curso específico sobre comercio exterior para así profundizar en el tema.

*P: ¿Piensas sinceramente que los estudios de traducción son polivalentes/los traductores son polivalentes?*

B: Al traductor se le abren muchísimos campos, precisamente por la diversidad de frentes que se pueden atender. También ello va a depender del campo al que no quiera dedicarse. De hecho, utilicé mucho el argumento de la versatilidad que me daban mis estudios para "venderme" como profesional.

*P: Entre los organizadores de la reunión hay personas que están apostando fuerte por complementar la formación en traducción con aspectos relativos o introductorios al sector agroalimentario. ¿Estamos*

*errados pensando que se puede ir por ese camino, que puede haber una vía interesante de desarrollo profesional?*

B: Pues pienso que no, que es una vía acertada. En el sector he podido conocer a gente de muy diversa procedencia: traductores, pero también ingenieros, periodistas, filólogos... el mundo del comercio internacional en realidad está abierto a aquellas personas a las que les guste. En cuanto a la formación, aparte de la que se adquiere con la propia experiencia, es conveniente acudir a cursos especializados. Por supuesto, los idiomas suponen una baza fundamental y, la ventaja que se tiene desde los estudios de Traducción e Interpretación es que existen pocos estudios o carreras universitarias que fomenten el que se estudie más de un idioma.

*P: ¿Algún aspecto que puedas mencionar respecto a otro tipo de desarrollo, el personal? ¿Crees que se crece y se puede enriquecer uno también en el plano personal?*

B: El enriquecimiento personal es fundamental para el desarrollo de cualquier tarea en la vida. Mientras aprendes con la experiencia diaria, aumentas la autoestima, el desarrollo personal y la autorrealización.

*P: ¿En qué idiomas crees que es necesario prepararse para trabajar en el sector agroalimentario?*

B: En exportación, el inglés es un idioma que se da por sentado, es condición sine qua non. Además del inglés, actualmente puede ser muy positiva la preparación en idiomas hasta ahora considerados raros y que ya no lo son tanto, como chino, ruso y otros por decirlo así, exóticos. Una realidad que quizá no sea demasiado conocida es que, por ejemplo, Rusia es el 5º destino en cuanto a volumen de exportación de productos agroalimentarios españoles.

*P: El carácter cosmopolita de los estudiantes de traducción, la voluntad de entender otras culturas, ponerse en el lugar del otro, es importante?*

B: Desde luego, es necesario ponerse en el lugar del importador, conocer su cultura, saber apreciarla... por ejemplo, cometí un error de bulto en mis primeros contactos comerciales, en este caso, con un cliente japonés. Para los japoneses, una tarjeta de visita debe entregarse inclinando la cabeza y ofreciéndola sujeta con las dos manos, y yo la ofrecí con una sola mano y mirando a la cara, cosa que, para la cultura japonesa, resulta enormemente ofensiva. Pero bueno, uno va corrigiendo las cosas. Y también hay que tener en cuenta que las personas con las que se suele tratar están acostumbradas a su vez

al trato con gente de otras culturas, y suelen ser tolerantes hacia las meteduras de pata ajenas.

*P: ¿Cómo se documenta el profesional a la hora de abordar un nuevo país, un nuevo cliente?*

B: Pues la verdad es que se dispone de diversas herramientas. Están los organismos públicos de apoyo a la promoción exterior como el ICEX, a nivel estatal y Extenda, a nivel andaluz, y también se suele consultar al personal de la agregaduría comercial de las embajadas españolas en el país de interés. Estos organismos cuentan tanto con una especie de fichas detalladas por país como con personal disponible sobre el terreno que está muy familiarizado con los usos del país y con la manera de trabajar a nivel comercial que se sigue en la zona. Asimismo, disponen de contactos y nos facilitan también posibles clientes y nos informan de empresas que buscan un producto concreto cuando se presentan oportunidades comerciales. Pero por supuesto, como decía anteriormente, siempre se puede encontrar uno con un "chasco", pero también se aprende de ellos. Los compradores están habituados a trabajar con gente de fuera y tienen tolerancia a los errores.

*P: ¿Qué vías de formación son adecuadas para el estudiante que quiera formarse de cara a este sector incluso antes de terminar los estudios, o inmediatamente después de haberlos concluido?*

B: Para mí es primordial estar al día de lo que pasa en el mundo, informarse de lo que ocurre a tu alrededor: aspectos políticos, económicos, culturales; el tener también una mente abierta, y estar dispuesto a plantearse el vivir fuera, por si la empresa para la que uno acabe por trabajar lo cree necesario. El comercio internacional es un proceso de creación constante. Otro elemento en el que se puede formar el estudiante está constituido por los INCOTERMS; por ejemplo en el 2010 se publicó la edición más reciente.

*P: Para aquellos alumnos que, por estar en los primeros cursos, aún no sepan qué son los INCOTERMS. ¿Podrías darnos una breve explicación?*

B: Sí, claro; es la terminología aceptada internacionalmente para abreviar las condiciones de entrega de mercancías en los intercambios comerciales, es decir, sin tener que describir cada operación con un detalle extremo, se pueden delimitar las responsabilidades de vendedores y compradores.

*P: Siguiendo en esta línea, ¿nos podrías dar unos consejos para quien tenga interés en aproximarse a este mundo?*

B: Pues le aconsejaría que buscarse por su cuenta algún tipo de formación inicial en comercio internacional; un máster de tipo intensivo resulta fundamental. En este tipo de formación se ofrecen ejemplos de operaciones concretas que facilitan el acercamiento a este tipo de actividad. Sin pasar por una formación de esta naturaleza, resulta bastante complicado. También se va aprendiendo sobre la marcha, y la empresa te asiste en el día a día. Es necesario contar con el respaldo de gente que ya esté experimentada, y la empresa no te deja solo en ese sentido. Como te implicas en operaciones que son de su máximo interés, podríamos decir que es como que no dejarías tu coche a alguien que no conoces.

*P: ¿Podrías describirnos algunas de las formas de trabajo en que se hace más patente el trabajo como traductor o intérprete de la persona implicada en este campo? Por ejemplo: misiones inversas o misiones directas, ferias, etc..*

B: Cuando se acude a una misión comercial, ya sea directa o inversa, es primordial el lenguaje utilizado. No sólo es necesario hablar con propiedad de los productos objeto de negociación, sino saber expresar con claridad las ideas que deseamos transmitir a nuestro interlocutor.

*P: Tengo entendido que tu primer y actual trabajo es el que desarrollas con COVAP. ¿Cómo fue tu llegada a la empresa, cuál fue la vía de acceso?*

B: Pues la verdad es que tuve bastante suerte; también era otra época, y las cosas iban mejor. Como la empresa tiene su programa de prácticas, solicité la plaza y me admitieron. Al cabo de dos meses, me propusieron contratarme, y son ya seis años los que llevo en la empresa.

*P: Pasando ya a la posible salida para nuestros alumnos, es probable que muchos de ellos conozcan empresas en su pueblo o ciudad que tengan buenos productos y que quizá necesiten un impulso llevándolos al extranjero, y no sé si podría ser o no un buen consejo el que no tengan miedo en dirigirse a dichas empresas. ¿Crees que merece la pena acercarse a puerta fría a empresas?*

B: Si ha acumulado la formación suficiente y sabe cómo manejar este tipo de situaciones, sí sería aconsejable. Existe una multitud de pequeñas empresas que se ven actualmente asfixiadas, con productos



que no pueden vender y a los que podrían darles salida fuera; sin embargo, no se atreven a preguntar, y no disponen de suficiente información. Si la persona sí dispone de ella, en ese caso sí creo que merecería la pena. Quizá hablando de la manera de conducirse las empresas españolas, habría que decir que un ejemplo que nos deja atrás es el márketing tal y como lo desarrollan los italianos. Un ejemplo cercano a nuestra propia empresa es el del prosciutto italiano. Se asocia con el jamón pero no tiene ni mucho menos nada que ver en cuanto a calidad; sin embargo ellos saben cómo hacerlo: lo empaquetan, lo adornan, y lo venden aún con esa calidad... tenemos que aprender mucho.

*P: ¿Crees que existe algún tipo de valor añadido que podrían ofrecer aquellos de nuestros estudiante que se acerquen al sector, además de la realización de un curso de comercio exterior?*

B: Creo que deberían plantearse solicitar becas Extenda o las del ICEX; casi todo el mundo que las consigue está en la actualidad trabajando. En casi todas las empresas andaluzas que trato y que tienen actividad exterior hay siempre algún becario de Extenda, por ejemplo.

*P: Por último, siendo el comercio internacional un terreno que habitualmente ha estado circunscrito al hombre, aunque a tu nivel se esté en menor contacto con el productor primario, ¿crees que hay camino para que la mujer avance? ¿Crees que es un campo que podría interesar a la mujer o que puede tener proyección para ella? En suma, el hecho de ser mujer en este terreno, ¿tiene algún tipo de influencia, ya sea positiva o negativa?*

B: Dependiendo de la cultura, puede costar cierto tiempo que te respeten o que te tomen en serio. Por supuesto, es muy distinto trabajar con los países llamados occidentales, con EE.UU. o países europeos, a trabajar con Extremo Oriente o los países árabes. En estos últimos es más difícil, y hay que tener muy en cuenta los elementos culturales. Con los países de Extremo Oriente, también hay que tenerlo en cuenta, aunque con la regularidad en el trato se liman los prejuicios. También es cierto que en el entorno laboral suelo ser bastante neutral cuando me preguntan por temas delicados como política, religión y actualidad; lamentablemente, en el mundo de la empresa es mejor separar las opiniones personales de las laborales.

*P: Pues creo que eso es todo, Ana. Una vez más, quería darte las gracias por habernos dedicado parte de tu jornada laboral; creo que ha sido una visión enormemente refrescante de un área con la que*

*nuestros alumnos no están familiarizados, y que quizá no habían contemplado para su futuro profesional. Gracias también por tu generosidad al hacernos partícipes de información tan ilustrativa y de primera mano. Esperamos poder contar contigo en otras ocasiones.*

B: Gracias a vosotros por haberos tomado tanto interés en mí. Ha sido un placer y estaré encantada de colaborar con vosotros en otras ocasiones. Hasta pronto.

FIN DE LA TRANSCRIPCIÓN

### **Referencias bibliográficas**

Instituto Internacional San Telmo – FIAB. Nota de prensa: La competitividad del modelo agroalimentario europeo en el exterior a debate. [http://www.fiab.es/archivos/documentoNoticia/documentonoticia\\_20100419113347.pdf](http://www.fiab.es/archivos/documentoNoticia/documentonoticia_20100419113347.pdf)

FIAB, Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas. Notas de prensa: [http://www.fiab.es/es/salaPrensa/notas\\_prensa.asp](http://www.fiab.es/es/salaPrensa/notas_prensa.asp)

Las exportaciones del sector de Alimentación y Bebidas crecieron un 12% en 2011. Artículo en prensa digital: <http://www.alimentaria.com/es/Home/Indice-de-prensa/Las-exportaciones-del-sector-de-Alimentacion-y-Bebidas-crecieron-un-12-en-2011/>