

EL INGLÉS ORAL EMPRESARIAL EN ESPAÑA: ESTADO DE LA CUESTIÓN DESDE UN PUNTO DE VISTA DESCRIPTIVO Y ANALÍTICO

MARIA LOURDES POMPOSO YÁÑEZ

UNED

Resumen. Competir a nivel internacional en el mundo empresarial actual se ha convertido en el principal objetivo de negocio de cualquier empresa. De ahí que sea fundamental el papel de la comunicación transfronteriza en empresas que busquen expansión en otros países para evitar el estancamiento que está produciendo la recesión económica actual. El éxito de dicha comunicación consiste en el dominio de la lengua inglesa en el entorno empresarial y a su vez, la adaptación a las diferentes culturas en las que se desarrolla la comunicación empresarial, pero no todos los países están preparados para esa comunicación. España es uno de los países con más necesidades lingüísticas de inglés, especialmente de inglés oral. En este artículo, resultado de un estudio realizado entre trabajadores de empresas españolas, analizaremos las necesidades comunicativas de inglés empresarial en dicho país y comprobaremos las diferentes perspectivas existentes dependiendo de los participantes.

Palabras clave: *inglés empresarial, análisis de necesidades, comunicación oral en inglés*

Abstract. Competing internationally in today's business world has become the main business objective of any company. Hence, the role of cross-border communication companies seeking expansion into other countries to avoid the stagnation that is causing the current economic downturn. The success of such communication is the domain of the English language in the business environment and in turn, adapting to different cultures in which business communication takes place, but not all countries are ready for that communication. Spain is one of the countries with more English language needs, especially in oral skills. This paper is twofold, to reflect the state of the matter of oral English skills in Spanish business environment and to display the result of a study carried out among workers and head of Human Resources Departments of Spanish companies in which we analyze the communication needs of business English in this country and we will check the existing different perspectives that both groups have.

Key words: *business English, needs analysis, oral communication in English*

1. Importancia del inglés en el mundo empresarial internacional: informes descriptivos

El inglés, durante los siglos XIX y XX, se convirtió en la lengua vehicular en el entorno empresarial, especialmente después de la Segunda Guerra mundial y con la incursión de Estados Unidos en los mercados internacionales (Graddol, 2000). Las fronteras Europeas se abrieron a comienzos del siglo XX y las empresas comenzaron a internacionalizarse y a adaptarse a las economías de otros países. Esto supuso el uso de una lengua común, que con el desarrollo económico resultó ser la lengua inglesa (Johns y Dudley-Evans, 1991:297), con el fin de favorecer la comunicación entre los diferentes países, después de comprobar que los países no hablantes de dicha lengua tenían poco impacto en la economía internacional (Truchot, 2001). Hollqvist (1984), describió en detalle el impacto del uso del inglés en empresas como Ericsson,

REVISTA ELECTRÓNICA DE LINGÜÍSTICA APLICADA (ISSN 1885-9089)

2014, Número 1, páginas 215-232

Recibido:11-09-2014

Aceptación comunicada:21-12-2014

S.A.S¹. y Volvo las cuales ya consideraron el inglés como única lengua vehicular comercial en el año 1975. La aparición del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial² influyeron en la expansión del inglés a nivel económico internacional, de tal manera que cuantos más países se unían al flujo de finanzas y comercios internacionales, más se expandía el uso del inglés (Graddol, 2000). Esa internacionalización lingüística del inglés originó a su vez una necesidad laboral de aprendizaje de la lengua, lo que provocó una considerable expansión de la formación de lengua inglesa entre la población adulta entre los años 70 y 80. La población mundial, con respecto al dominio del inglés se subdividió en hablantes nativos o en hablantes con el inglés como segunda lengua y en hablantes de inglés como lengua extranjera. Es lo que conocemos como círculos de Kachru (1985), como podemos ver en la figura posterior, en los que la denominación de los círculos es la siguiente: “inner circle”, correspondería a las personas que tienen la lengua inglesa o L1, “outer circle” correspondería a las personas que tienen la lengua inglesa como segunda lengua o L2 y “expanding circle”, que correspondería a las personas que hablan inglés como lengua extranjera o EFL (English as a Foreign Language). La polémica de estas denominaciones vino dada porque a los hablantes nativos se les consideraba el centro de los círculos, y los demás, estaban en la periferia, cuando en realidad, los hablantes que están expandiendo la lengua son los que la aprenden para expandirse y son los que deciden el futuro de ésta (Graddol, 2000). De ahí que en las últimas décadas del siglo XI se decidiera cambiar la terminología y considerar a dichos hablantes como: hablantes de inglés como primera lengua o L1, hablantes de inglés como segunda lengua o L2 y hablantes de inglés como lengua extranjera EFL (Crystal, 1997).

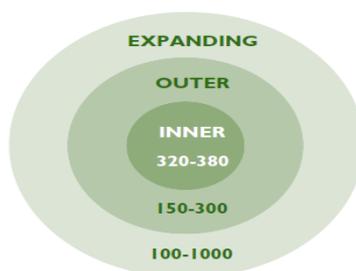


Figura 1. Círculos de Kachru en millones aproximados de hablantes en 1985

¹ S.A.S.: Empresa de transporte sueca que opera a nivel internacional.

² El Fondo Monetario Internacional o FMI fue planteado como idea el 22 de julio de 1944 en los acuerdos de Bretton Woods, una reunión de 730 delegados de 44 países aliados de la Segunda Guerra Mundial, conflicto todavía en curso en aquel momento. Los acuerdos fueron firmados en Bretton Woods (Nuevo Hampshire, Estados Unidos) el 22 de julio de 1944 pero el FMI no entró en vigor oficialmente hasta el 27 de diciembre de 1945. El Banco Mundial, en cambio, cuya creación también resultó de los acuerdos de 1944, entró en funciones inmediatamente tras la firma de los acuerdos.

Esta revolución lingüística relacionada con la expansión de la lengua inglesa a nivel empresarial originó la necesidad de realizar diferentes estudios o informes para conocer el alcance de ese uso del inglés a nivel internacional dentro del mundo empresarial y su posible mejora, ya que esa expansión no se estaba produciendo a la misma velocidad en los diferentes países. Citaremos aquí algunos de esos informes ya que podemos ver la situación de España en comparación con otros países. Uno de los informes cruciales en cuanto a resultados relacionados con el estudio del inglés a nivel europeo empresarial fue el informe ELAN (*Effects on the European Union Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*, 2006). Este informe fue encargado por la Comisión Europea al Centro Nacional de Lenguas, (CILT³) ubicado en el Reino Unido, con el fin de obtener información útil para los miembros de la Unión Europea en cuanto al uso de las lenguas y su uso en las pequeñas y medianas empresas. El estudio fue contratado por la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea⁴ y su intención era la de facilitar información práctica a la Comisión Europea sobre el análisis de las competencias lingüísticas de pequeñas, medianas y grandes empresas y su impacto en los negocios. Su importancia se debe a que en dicho informe se demostró que las empresas con escasas habilidades lingüísticas tenían menor eficacia empresarial internacional y que especialmente en las grandes empresas, el inglés sigue siendo la lengua vehicular en el mundo de los negocios, ya que las empresas que habían demostrado tener escasa habilidad lingüística en dicha lengua habían perdido oportunidades de negocio. Entre esos países encontramos a España, la cual ante la baja competencia en inglés, tenía que contratar traductores para realizar negocios internacionales, teniendo así que invertir una cantidad de dinero que no siempre compensaba el posible negocio.

Otro informe, resultado de un estudio a nivel internacional sobre el uso del inglés en el ámbito profesional es el informe EPIC (*English Proficiency Index in Companies*) realizado por la empresa EF (Education First)⁵. El único informe EPIC, editado en el año 2012 consiste en una

³ CILT, *the National Centre for Languages*, es el centro del gobierno de Reino Unido reconocido por la Comisión Europea como centro gubernamental experto en el estudio de lenguas. Su papel es el de apoyar la enseñanza y el aprendizaje de lenguas y el uso efectivo de habilidades lingüísticas en los negocios, la vida pública y la vida cultural. Se fundó en el año 2011 y actualmente lo dirige Kathryn Board.

⁴ La Dirección General de Educación y Cultura (The Directorate General for Education and Culture:DG EAC) es la rama ejecutiva de la Unión Europea responsable de la educación, cultura, la juventud, las lenguas y el deporte. También apoya proyectos y programas como el Erasmus y otros. Actualmente, está dirigido por el Comisionado Androulla Vassiliou y el Director General Jan Trzuszczynski, quien facilita información pertinente y útil para el Parlamento Europeo relacionada con los temas educativos y culturales. http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_en.htm.

⁵ EF es una compañía internacional de educación que se especializa en la enseñanza de idiomas, viajes educativos, programas académicos e intercambios culturales. La compañía fue fundada en 1965 en la ciudad universitaria de Lund, Suecia con el nombre de Escuela Europea de vacaciones. Actualmente es la empresa

evaluación basada en estudios realizados a lo largo de tres años (de 2009 a 2011) a 114.578 empleados de 18 sectores y 24 países diferentes. Los resultados del informe EF EPIC 2012 fueron claros y evidentes, prácticamente en todos los grupos evaluados en el informe EF EPIC de este año se observa un importante déficit en el dominio del inglés. En los países con menor dominio del inglés, éste se enseña como asignatura secundaria en las escuelas, a menudo utilizando métodos obsoletos. El inglés no se considera un recurso esencial para la empleabilidad e incluso adultos con buen nivel educativo admitirán sin reservas que no hablan el idioma. Los países de la franja intermedia, entre los cuales se encuentra España, presentan interesantes casos de transición, pero aun así, el déficit en cuanto a competencia comunicativa, es notable.

Veamos otro último informe en el que España se encuentra en un lugar desfavorecido en cuanto a su nivel comunicativo en inglés en el mundo empresarial: El informe creado por *Global English*⁶ en el año 2013, resultado de una investigación para calcular el índice de inglés empresarial, es decir el BEI o *Business English Index* o índice de competencia en inglés empresarial, a nivel internacional. El estudio se realizó entre 212.000 individuos de diferentes nacionalidades a los que se les examinó en competencia de inglés en el lugar de trabajo. Esas pruebas de nivel se basaron en las pruebas propias de *Global English Business English*, las cuales evalúan el inglés en cuanto a gramática, comprensión lectora y comprensión auditiva, según el MCERL. Como podemos comprobar en la tabla inferior, España está en un lugar 27, lo cual consideramos bajo para ser un país desarrollado, especialmente si destacamos su nivel, que resultó ser básico, según la clasificación visual de *Global English* (ver figura posterior).

Business English Index for Top 30 Countries by Size of Labor Force

COUNTRY	BEI	COUNTRY	BEI	COUNTRY	BEI
1. CHINA	5.03	11. MEXICO	3.14	21. EGYPT	4.74
2. INDIA	6.32	12. VIETNAM	4.61	22. TURKEY	3.30
3. UNITED STATES	5.23	13. GERMANY	5.12	23. IRAN	4.65
4. INDONESIA	5.57	14. PHILIPPINES	7.95	24. SOUTH KOREA	5.28
5. BRAZIL	3.27	15. THAILAND	4.62	25. ITALY	5.10
6. BANGLADESH	*	16. ETHIOPIA	*	26. TANZANIA	*
7. RUSSIA	3.95	17. CONGO	3.96	27. SPAIN	4.43
8. JAPAN	4.29	18. BURMA	*	28. UKRAINE	4.00
9. PAKISTAN	*	19. UK	6.81	29. COLOMBIA	3.05
10. NIGERIA	*	20. FRANCE	5.18	30. CANADA	5.71

Tabla 1. Niveles de BEI en los primeros 30 países mundiales en cuanto a tamaño fuerza laboral

privada proveedora de educación más grande del mundo, con más de 400 escuelas y 34.000 personas trabajando en 50 diferentes países.

⁶ *Global English* es una empresa perteneciente al grupo *Pearson*, que se dedica a la consultoría y formación de inglés en el mundo empresarial ofreciendo soluciones a empresas con el fin de maximizar el valor de sus inversiones en todo el mundo.



Figura 2. Niveles de inglés diferenciados por colores en el informe BEI 2013 (Global English)

Pero si, como acabamos de decir, España es un país desarrollado y en continua expansión, ¿cuáles son las causas de su bajo nivel comunicativo en inglés?

2. La situación de las empresas españolas en el entorno empresarial internacional

En una época en la que la globalización es el eje del desarrollo y la crisis azota algunos países como España, la oportunidad económica está en cruzar fronteras y buscar oportunidades en otros países. España, sin embargo ha encontrado la mayor dificultad en la comunicación con el entorno empresarial internacional, debido al bajo nivel de inglés que parece existir en los empleados. Las carencias lingüísticas de los empresarios españoles vienen reflejadas en los informes que acabamos de ver. Estas lagunas tienen un impacto en la competitividad de las empresas españolas y no pasan desapercibidas frente a los inversores extranjeros.⁷ De ahí que decidiera realizar un estudio entre empresas voluntarias a participar en él y trabajadores de varios sectores empresariales en España. El 100% de los participantes de dicho estudio coincidió en que existía reticencia y dificultad en la sociedad española a comunicarse en inglés. Las causas que la sociedad española exponen en los medios de comunicación y en el estudio llevado a cabo por la investigadora, son las siguientes: a) el aislamiento político, laboral y social que tuvo el país durante la época de la dictadura franquista, en la que la importancia de hablar una segunda lengua era prácticamente nula y además la segunda lengua que se enseñaba de forma oficial era el francés, b) la presión social que tiene el ciudadano español, la cual está caracterizada por el miedo al ridículo y a hablar en público, c) la enseñanza de segundas lenguas que se ha llevado a cabo hasta ahora en el sistema español, que se ha basado en la gramática, la traducción y la escritura, más que en la comunicación oral y d) el doblaje de las películas al español. Según los expertos en educación, el problema tiene una solución a medio y largo plazo pero sería necesario empezar con una reforma educativa donde se refuerce la importancia del aprendizaje y perfeccionamiento de idiomas.

⁷ http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/01/16/actualidad/1389886281_303015.html

De lo contrario, se seguirá fomentando la pérdida de competitividad, no solo por la pérdida de negocios más allá de las fronteras del país sino porque las empresas implantadas en el extranjero tendrán que buscar fuera personal que se comunique en inglés⁸. El gobierno español ha puesto en marcha una ambiciosa reforma educativa para promover el aprendizaje del inglés por medio de la enseñanza bilingüe en los colegios⁹, pero esas generaciones todavía no han llegado al mundo empresarial. Muchos de esos empresarios además enfatizan que la competencia que más dificulta la comunicación de los trabajadores españoles es la competencia oral. Veamos si en efecto existe ese predominio de la competencia oral en el mundo empresarial y por qué.

3. Predominio del inglés oral sobre el escrito en el mundo empresarial

La comunicación oral es indispensable en el mundo de la empresa, no sólo en una segunda lengua, sino en la lengua materna también con el fin de alcanzar objetivos comerciales (Bargiela-Chiappini y otros 2007). Pero con respecto a la segunda lengua, que suele ser el inglés, se ha comprobado que los trabajadores no están preparados para enfrentarse a las situaciones empresariales comunicativas e improvisadas. (Crossling y Ward 2002). Para estos autores, el discurso oral en IE está relacionado con el efecto inmediato comunicativo que este tiene, y lo clasifican en tres componentes: *locution*: es el discurso en sí; *illocution*: el acto comunicativo en el que se desarrolla el discurso y *perlocution*: el efecto que tiene el discurso sobre los que escuchan. Hale (1996: 63) añade que los componentes de *illocution* y *perlocution* en un entorno empresarial pueden variar dependiendo del entorno socio-cultural en el que estos se desarrollen, pudiendo causar mal entendidos, situaciones incómodas o pérdida de negocio si no se conocen las costumbres y expectativas culturales de los interlocutores. Scollon y Scollon (1995) categorizan el discurso oral empresarial como un discurso con un objetivo o propósito (*goal-directed*), basado en la racionalidad y la objetividad. Estos mismos autores ratifican la importancia de la influencia del contexto y los interlocutores que se encuentren en ellos diciendo que “[...] *the type of communication seems*

⁸ <http://internacional.universia.net/noticia.jsp?idNoticia=11761&title=COMPETITIVIDAD-EMPRESAS-ESPA%C3%91OLAS-SE-VE-COMPROMETIDA-BAJO-NIVEL-INGLES&idSeccion=18>

⁹ El programa de enseñanza bilingüe fue iniciado en el año 1996 por el Ministerio de Educación y el British Council sobre la Educación Bilingüe en España (PEB) para estudiantes de 3 a 16 años y a partir de éste, muchas Comunidades Autónomas españolas comenzaron a desarrollar sus propios programas de Educación Bilingüe en sus propios centros.

to depend on the nature of the relationship between the parties communicating” (Scollon y Scollon 1995: 187).

Ellis y Johnson (1994: 37) simplifican la caracterización del discurso oral del IE señalando que su principal característica es la actuación comunicativa o lo que ellos llaman performance comunicativa en contraposición a la competencia lingüística en sentido estricto. Son muchos los estudios que se han llevado a cabo con el fin de constatar que la destreza oral es la más importante para los individuos implicados en la comunicación internacional empresarial (Louhiala-Salminen 1996; Maes y otros 1997; Crossling y Ward 2002; Vivanco 2009; Calle y Pomposo 2010). Ellis y Johnson (1994: 89), siempre dentro de ese contexto comunicativo, recomiendan realizar un análisis de discurso de inglés oral empresarial haciendo énfasis en las habilidades comunicativas, las funciones del lenguaje, la gramática y el léxico contextualizándolo en situaciones reales o en su defecto, en simulaciones de estas. De hecho, la clasificación que hacen dentro de ese análisis de discurso oral se basa en dos tipos de comunicación: individual y de interacción. Cuando hablamos de lenguaje oral en el mundo empresarial, no podemos olvidar un tipo de lenguaje complementario al de las palabras formado por los gestos, las posturas, las miradas – consciente o inconscientemente – para expresar estados de ánimo o sentimientos de manera habitual: la comunicación no verbal. Su importancia es tal que se considera que, en una comunicación cara a cara, el 65% de la comunicación se corresponde a la no verbal (gestos, movimientos, señales, etc.) y transmite más información (Ongallo 2007). La comunicación no verbal y la verbal van unidas, ya que suelen emplearse juntas. En muchas ocasiones actúa como reguladora del proceso de comunicación, contribuyendo a ampliar o reducir el significado del mensaje (Reinsch 1996).

Pero, ¿cómo averiguar la verdadera necesidad comunicativa oral de los trabajadores españoles? Hemos considerado que la mejor opción para este fin es realizar un análisis de necesidades desde diferentes puntos de vista y con diferentes métodos para poder llevar a cabo el estudio posterior. Pasaremos en el apartado posterior a describir el análisis de necesidades en segundas lenguas.

4. El análisis de necesidades en segundas lenguas

El concepto de *necesidad* ha dado lugar a una amplia gama de interpretaciones. Hutchinson y Waters (1987) ofrecen una clasificación muy útil de necesidades que refleja los distintos puntos de vista existentes y que da lugar a diferentes formas de análisis. Dicha clasificación se

organiza en dos grandes grupos. Por un lado, están las necesidades de la situación meta, es decir, lo que el alumno necesitará hacer en inglés al término de su aprendizaje. Por otro lado, están las necesidades de aprendizaje, es decir, lo que el alumno necesita hacer para aprender. Dentro del grupo de necesidades lingüísticas de la situación meta, Hutchinson y Waters (1987) distinguen tres tipos de necesidades: las *demandas*, los *deseos* y las *deficiencias*.

Las *demandas* también han sido denominadas necesidades objetivas, percibidas o producto. Las demandas son “*the type of need determined by the demands of the target situation, that is, what the learner has to know in order to function effectively in the target situation*” (Hutchinson y Waters 1987: 55). El objetivo en estos casos es establecer los requisitos lingüísticos de situaciones ocupacionales o académicas para las que se están preparando los alumnos. A este tipo de análisis se le conoce con frecuencia como análisis de la situación meta (ASM) (Chambers, 1980: 29).

Otro gran grupo de necesidades son *los deseos* del alumno (*wants*), también denominados necesidades subjetivas o sentidas. Estos deseos se han definido como “*what the learners want or feel they need*” (Hutchinson y Waters 1987: 57). Al tratarse de necesidades muy personales, los deseos a veces han recibido la etiqueta de necesidades subjetivas. Las *carencias* del alumno (*lacks*), también llamadas deficiencias—se han considerado igualmente importantes por parte de Hutchinson y Waters.

“To identify necessities alone is not enough... You also need to know what the learner knows already, so that you can then decide which of the necessities the learner lacks...The target proficiency, in other words, needs to be matched against the existing proficiency of the learners. The gap between the two can be referred to as the learners’ lacks”. (Hutchinson y Waters 1987: 55-56)

Consideraciones como la realizada en la cita anterior, deberían llevar a que un análisis de necesidades también se preocupe por averiguar cuáles son las mayores lagunas y dificultades encontradas por los alumnos en su trayectoria hacia el nivel de competencia requerido. De esta forma se podrá, al menos, intentar cubrirlas a lo largo del programa de enseñanza de lengua inglesa (Moreno 2003).

El último gran grupo de necesidades que se ha tenido en cuenta en estudios de este tipo se refiere a las necesidades de aprendizaje, es decir, lo que el alumno necesita hacer para aprender. Dudley-Evans y St John (1998: 125) consideran que es fundamental incluir los siguientes factores en el análisis de necesidades: Información profesional y personal del sujeto a analizar, sus destrezas actuales, lo que necesita y sus carencias, factores fundamentales en nuestro estudio.

5. El estudio

El estudio fue realizado en dos fases y con diferentes recursos humanos pero todos pertenecientes al ámbito empresarial español. La primera fase de la investigación se desarrolló entre los jefes de departamentos de recursos humanos de siete empresas que se prestaron a participar en la investigación. Estas empresas participantes fueron el resultado de haber enviado una solicitud masiva a empresas que habían sido clientes de la empresa de la investigadora. Esta primera fase se realizó con el fin de obtener información detallada relacionada con la praxis de formación de inglés general y de inglés de negocios de las empresas participantes desde tres puntos de vista o variables: *departamentos o personas* (variable sujeto) que más necesitaban la competencia lingüística comunicativa en inglés (variable lingüística) y las *situaciones* más frecuentes y decisivas en las que esas personas se tenían que comunicar en inglés (variable contextual). Una segunda fase se realizó siguiendo esas mismas variables de las entrevistas, pero abriendo el abanico de participantes por medio de un cuestionario online con el fin de realizar un análisis exploratorio más amplio, participando 42 trabajadores de diferentes empresas y sectores.



Figura 3. Variables objetivo de la investigación.

Veremos en el siguiente apartado los métodos y recursos de este análisis de necesidades.

5.1. Métodos y recursos del AN utilizados en el estudio

La elección de cada método depende del objetivo investigador y el criterio de cada investigador. Sin embargo, antes de elegir un método o procedimiento, hay que tener en cuenta algunos aspectos importantes (Descombe 2010: 153): primero, no tener una idea prefijada en cuanto a la elección de un método antes de iniciar la investigación. Segundo, ningún método para la obtención de datos se puede considerar como perfecto ni como inútil. Tercero, al elegir el método, el investigador debe basar su decisión en el criterio de utilidad y

no pensar que el método ha sido elegido exclusivamente porque sea superior a otros en cuanto a precisión. Cuarto, los métodos de investigación no son exclusivos de una investigación. Al ser éstos elegidos de forma pragmática, existe la posibilidad de que dos métodos se combinen y uno compense las debilidades del otro. Quinto, el uso de más de un método permite al investigador utilizar la triangulación, es decir, la combinación de diferentes métodos con el fin de poder analizar los datos desde diferentes perspectivas con el fin de contrastarlos y compararlos como veremos en las conclusiones. Teniendo en cuenta el entorno donde íbamos a realizar el estudio y los recursos que teníamos para realizarlo, los métodos o instrumentos utilizados en este estudio fueron:

- Entrevistas abiertas.
- Cuestionario online.

Algunos expertos (Dornyei 2010; Creswell y Plano 2007) piensan que las entrevistas y los cuestionarios son instrumentos de investigación complementarios ya que aportan datos diferentes y adicionales entre sí. De hecho, según Dornyei (2010), la combinación de instrumentos más frecuente es la de entrevistas y cuestionarios sin dar importancia al orden cronológico en el que se hayan producido. Dornyei (2010:110) también opina que un procedimiento de investigación recomendable al diseñar un cuestionario es haber hecho previamente una entrevista.

Con respecto a los recursos utilizados, en este caso sólo humanos, fueron:

- Siete jefes de recursos humanos.
- Cuarenta y dos trabajadores de empresas españolas de diferentes sectores.

En el siguiente apartado veremos los resultados obtenidos en ambas fases del análisis.

6. Resultados

En este apartado de resultados, sólo nos limitaremos a describir el método utilizado y a presentar los resultados a través de tablas sin conclusiones ni análisis, de momento con el fin de realizar el análisis de los datos de cada fase en las conclusiones globales finales. De esa manera se podrá realizar de forma más clara un estudio contrastivo entre los resultados de las

dos fases de investigación, para comparar si existe disparidad o coincidencia en las perspectivas de la visión de la praxis de la comunicación empresarial en inglés.

Queremos señalar, llegados a este punto, que dada la naturaleza exploratoria de este estudio, los procedimientos de selección muestral han sido no probabilísticos. Una de las principales causas ha sido la aleatorización de la muestra, dadas las condiciones específicas de la legislación en materia de protección de datos de carácter personal y el acceso a dicha información a través de los registros públicos, lo que impediría la obtención de un marco poblacional suficientemente amplio como para garantizar la conservación de las propiedades estadísticamente deseables en el caso de una selección muestral probabilística (Vivanco, 2005:187).

6.1. Resultados de las entrevistas abiertas

Las entrevistas abiertas, las cuales fueron grabadas, se realizaron a siete jefes del departamento de Recursos humanos de siete empresas de diferentes sectores. Estas estuvieron guiadas hacia tres objetivos fundamentales, que posteriormente servirían para obtener los datos a través de categorías: objetivos generales, basados en la obtención de información sobre la estructura de la empresa, experiencia, línea de negocio y logística en formación de inglés. Un objetivo más específico, en cuanto a situaciones comunicativas en las que los empleados se encuentran con la obligación de usar inglés de negocios y el último objetivo, también específico, relacionado con las competencias más importantes para el entrevistado a la hora de comunicarse. Con el fin de llegar a obtener información sobre estos tres objetivos, no se realizaron preguntas directas siempre, sino que se solicitaron explicaciones a los participantes, siguiendo la estructura de entrevista abierta que sugiere Robson (2003: 277): *introducción, preámbulo, cuerpo principal de la entrevista, conclusión y despedida*. En las tablas siguientes, podemos ver el resumen de los datos obtenidos en cuanto a las tres variables: perfil de los trabajadores que utilizan el inglés, situaciones comunicativas empresariales más frecuentes en las que se utiliza el inglés y en cuanto a la consideración de las competencias consideradas por estos jefes de Departamentos de Recursos Humanos como más importantes en la comunicación de inglés.

NIVEL DE INGLÉS			ESTUDIOS			EDAD
Alto	4	57.14%	superiores	5	71.42%	30-40 años
Medio	2	28.57%	medios	1	14.29%	100%
Bajo	1	14.29%	variados	1	14.29%	

Tabla 2. Perfil personal profesional y lingüístico que más utiliza el inglés empresarial. Resultados de las entrevistas.

Reuniones	7	100%
Presentaciones	5	71,42%
Negociaciones	1	14,28 %
Social-cultural	0	0%

Tabla 3. Situaciones en las que se utiliza con más frecuencia el inglés. Resultado de entrevistas.

Pronunciación	4	57%
Capacidad comunicativa	4	57%
Vocabulario	4	57%
Gramática	3	42%
Fluidez	3	42%
Consecución del objetivo¹⁰	2	28%
Lenguaje corporal	1	14%

Tabla 4. Competencias más importantes en cuanto al uso del inglés empresarial. Resultados de entrevistas.

Las tablas muestran que el perfil del trabajador que se ha de comunicar en inglés (Tabla 2), es homogéneo en cuanto a edad y estudios académicos, sin embargo, en las declaraciones de los entrevistados, estos demuestran que la mayoría de las empresas propone siempre a los mismos empleados para que actúen como interlocutores en la comunicación en inglés con hablantes de otras lenguas en situaciones comunicativas prefijadas. Este hecho es arriesgado para la empresa y sus intereses, ya que en el caso de que estas personas no puedan participar en esas situaciones nombradas anteriormente, esto supone un trastorno de planes considerable. De hecho, algunos de los participantes reconocieron que esto ya había ocurrido y que incluso la empresa había perdido oportunidades de negocio en alguna ocasión o habían preferido pagar a un intérprete externo que prestara ayuda en las reuniones.

También podemos comprobar que la situación empresarial en las que se utiliza con más frecuencia el inglés es en las reuniones (Tabla 3), seguidas de las presentaciones, aunque los entrevistados estaban de acuerdo en que muchas de las presentaciones eran un paso previo indispensable a algunas reuniones empresariales. No se le dio prácticamente importancia al

¹⁰ La consecución del objetivo la hemos incluido en la tabla como una competencia, pero en realidad ha sido una estrategia para comprobar la importancia que daba la empresa al proceso lingüístico previo a conseguir el objetivo o si por lo contrario, dan importancia a éste a pesar de las dificultades lingüísticas que puedan surgir o la imagen que puedan dar en cuanto a poca calidad lingüística comunicativa.

inglés utilizado en situaciones socio-culturales o en negociaciones, ya que estas últimas se destinan sólo a determinados directivos que puedan tomar decisiones.

Con respecto a las competencias necesarias para alcanzar una comunicación efectiva (Tabla 4), el porcentaje mayor es para las siguientes características: pronunciación, capacidad comunicativa y vocabulario. Sin embargo la fluidez y la gramática ocupan un segundo lugar. A la característica comunicativa del lenguaje corporal, sólo un participante le dio importancia, sin embargo, como veremos más adelante, el lenguaje corporal y la comunicación no verbal, tienen una importancia crucial en la comunicación empresarial, así como la comunicación en los entornos socio-culturales, como veremos en la fase posterior.

Después de haber analizado las opiniones de las empresa desde la perspectiva de sus jefes de recursos humanos, creí conveniente realizar una segunda fase destinada a los trabajadores en sí, ya que son los verdaderos usuarios de esa segunda lengua y son los que perciben la necesidad directamente, por eso decidí desarrollar otra fase de investigación basada en cuestionarios individuales, la cual presentaremos en el siguiente apartado.

6.2. Resultados de los cuestionarios

El objetivo de esta segunda fase de la investigación era el de realizar un análisis exploratorio ampliando los datos obtenidos a través de las entrevistas abiertas por medio de un abanico mayor de preguntas y opciones de respuesta, además de incluir una muestra de población mayor y más variada. El punto de partida para diseñar dicho cuestionario ha sido el de establecer las mismas variables que se establecieron en las entrevistas, ya que éstas determinan los valores que son objeto de estudio (Casas y otros, 2003:526) y constituyen los puntos básicos de información que van a servir para elaborar la guía del cuestionario, el cual podemos ver en el Anexo I y que fue elaborado y administrado y respondido online por 42 personas a través de la herramienta de Google Drive¹¹. Veamos las tablas de resultados según las tres variables comunes a las entrevistas.

Edad	Entre 30-40	40 %
Nivel de inglés	Medio	39%
Estudios	Superiores	67%

Tabla 5. Perfil personal profesional y lingüístico que más utiliza el inglés empresarial. Resultados de los cuestionarios.

¹¹ Google Drive es un servicio de almacenamiento de archivos, que a su vez permite crear archivos en línea tales como documentos, hojas de cálculo, presentaciones, formularios, dibujos, tablas dinámicas o crear un organizador de fotos y notas. La gran ventaja de la herramienta es la facilidad de creación y la rapidez.

Con clientes.	22	20%
Con visitantes / anfitriones.	21	19%
En presentaciones.	18	16%
En reuniones.	22	20%
En negociaciones.	7	6%
En viajes de negocios	16	15%
Otro	4	4%

Tabla 6. Situaciones en las que se utiliza con más frecuencia el inglés e interlocutores. Resultado de los cuestionarios.

Fluidez	83%
Vocabulario	80%
Pronunciación	63%
Gramática	39%

Tabla 7. Competencias más importantes en cuanto al uso del inglés empresarial. Resultados de los cuestionarios.

Con respecto al perfil del participante en los cuestionarios (Tabla 5), podemos observar que es muy similar al del perfil que habían descrito los jefes de recursos humanos entrevistados, es decir, trabajadores con una edad ente 30 y 40 años, con estudios superiores y con un nivel de inglés medio. En cuanto a los contextos o situaciones comunicativas empresariales más comunes en las que los trabajadores tenían que hablar inglés (Tabla 6), también resultaron coincidentes las reuniones y las presentaciones, pero en esta ocasión también los participantes de los cuestionarios destacaron los viajes de negocios y además se abrió la información sobre los interlocutores de esas situaciones comunes, los cuales eran clientes, visitantes y anfitriones.

Donde sí hemos encontrado gran diferencia con respecto a las entrevistas, aunque lo comentaremos más ampliamente en las conclusiones, ha sido en las competencias (Tabla 7). Así como en las entrevistas a los jefes de RRHH, la fluidez no fue considerada como una característica influyente en la efectividad de la comunicación en inglés, en el caso de los trabajadores participantes en los cuestionarios, se consideró fundamental, seguido del vocabulario y la gramática, la cual en las entrevistas ocupó el cuarto lugar entre siete.

7. Análisis de los resultados de las dos fases de investigación y conclusiones globales

Haciendo un balance general de lo aprendido a través de las dos fases de esta investigación, tenemos que concluir que, es un hecho destacable que el inglés se ha convertido en un

instrumento indispensable a la hora de establecer relaciones de negocios con otros países. La importancia es tal que algunas de las empresas entrevistadas consideran que el dominio de la lengua inglesa es una cuestión de primer orden para formar parte de la plantilla de una empresa de envergadura y/o poder ascender en ella. Algunos entrevistados indicaron que saber inglés es equivalente a tener una «carrera extra», sin embargo, contradictoriamente, en las mismas empresas en las que se indica tal hecho, no se utiliza el inglés en la entrevista discriminatoria a posibles candidatos a un puesto de trabajo. De hecho, sólo tres de las empresas consultadas realizan entrevistas de selección en inglés para comprobar el nivel de los candidatos. El resto de las empresas sólo pasa una prueba de inglés, si el puesto explícitamente lo requiere. He encontrado cierta contradicción en este hecho, ya que las mismas empresas que no realizan prueba en la selección son precisamente las que más necesitan la formación de inglés por su comunicación con otros países extranjeros. Según indicaron algunos entrevistados, prefieren invertir en formación de inglés posteriormente, que escoger personal cualificado en inglés si es el candidato idóneo en formación académica y experiencia profesional. Después de haber analizado los datos nombrados anteriormente, puedo concluir que la mayoría de las empresas analizadas carecen de una política interna en cuanto a la adquisición o mantenimiento de los conocimientos de inglés desde el momento que un candidato a un puesto de trabajo tiene la posibilidad de entrar a trabajar en la empresa. La formación no es continua y es interrumpida por largos periodos de tiempo, lo que hace que los conocimientos adquiridos se olviden por la falta de práctica o uso. La formación tampoco se generaliza a todos los departamentos, sino a los que supuestamente pueden necesitar la comunicación en inglés, por lo que los interlocutores se repiten una y otra vez, lo cual va en detrimento del interés general de la empresa.

Tanto en las entrevistas como en el cuestionario, percibimos una gran preocupación por mejorar el nivel de inglés adquirido en el periodo universitario y pre-universitario, recibiendo clases adicionales extras ya sea facilitadas por la empresa o contratadas por el mismo empleado. Otro dato coincidente casi al cien por cien con los resultados de las entrevistas es el de las situaciones comunicativas empresariales más comunes en cuanto a la necesidad de utilizar el inglés: las reuniones y las presentaciones, sin embargo el inglés de viajes y sociocultural no fue valorado por ningún director de RRHH en las entrevistas; siendo un 15% de los participantes en los cuestionarios los que indicaron que utilizaban el inglés en esas ocasiones. Se concluye por tanto, que desde la perspectiva de los directivos de una empresa no es importante ese tipo de inglés sobre cuestiones sociales, ya que es consciente de que el empleado se tiene que comunicar directamente en situaciones que impliquen resultados

de negocio. En relación con las competencias comunicativas necesarias para una comunicación efectiva, me gustaría destacar que la fluidez destaca como la competencia lingüística con mayor grado de importancia seguida del vocabulario y la pronunciación, la cual en las entrevistas resultó ser la competencia oral más importante. La gramática, que resultó ser primordial para los jefes de RRHH, para los trabajadores resultó la de menor importancia. Se produce por lo tanto un contraste de perspectivas entre los participantes de las entrevistas ya que no son ellos mismos por lo general interlocutores de la lengua inglesa y tienen en mente el método tradicional en el que la gramática junto con la pronunciación es el nivel fundamental en el aprendizaje de una lengua, sin tener en cuenta el método comunicativo¹². Al analizar lo que ocurre en la situación comunicativa de las presentaciones en inglés, se puede comprobar que, por primera vez, el lenguaje corporal adquiere importancia en las respuestas del cuestionario (60%). En las entrevistas, el lenguaje corporal nunca fue valorado ni en los casos de las presentaciones, en las que este factor adquiere un importancia crucial (Harper 2004), ya que el hablante tiene la atención de una audiencia y está en su interés utilizar la mayor cantidad de recursos comunicativos para matizar con expresividad sus palabras. En este caso, también se confirma que la perspectiva cambia cuando son los propios participantes en la comunicación los que tienen que considerar la importancia de las características de la comunicación en inglés.

Estas conclusiones anteriormente descritas se podrían identificar con los componentes del análisis de necesidades nombrado anteriormente: *las demandas* de las empresas (resultados de las entrevistas), *los deseos* de los participantes y *las deficiencias* existentes en ellos (resultados de los cuestionarios). Los participantes en los cuestionarios expresaron sus necesidades o deseos a la vez que contestaron preguntas relacionadas con las deficiencias de las cuales eran conscientes. Podemos comprobar que para paliar el bajo nivel de la competencia oral en las empresas españolas es necesario reorganizar el sistema de enseñanza de inglés empresarial en dicho entorno, analizando e investigando en primer lugar con los trabajadores que se comunican en inglés frecuentemente, las demandas que observan en su propio entorno internacional y a partir de ahí, cuáles son las deficiencias que estos tienen para encontrar la forma de solventarlas con un método de enseñanza de la lengua que se adapte a dichas demandas. Ese sistema de enseñanza además, tiene que ser extendido a todo el entorno

¹² El método comunicativo o enseñanza comunicativa de la lengua (*Communicative Language Teaching, CLT*) es un enfoque en la enseñanza de idiomas en el que se da máxima importancia a la interacción como medio y como objetivo final en el aprendizaje de una lengua. Se le conoce también como enfoque comunicativo (*Communicative Approach*).

empresarial y no sólo a directivos o miembros de un solo departamento y evitar en lo posible interrumpir dicha enseñanza ante cualquier recorte de presupuesto.

Referencias bibliográficas

- Bargiela-Chiappini, F. C. Nickerson C. y B. Planken. 2007. *Business Discourse*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Calle, C. y L. Pomposo. 2010. Estudio de la eficacia de actividades prácticas en el aula de inglés de negocios para mejorar las destrezas orales. Universidad de Vigo. *Libro de actas de XXVIII Congreso de AESLA, Vigo*. 461-472.
- Casas Anguita J., J. R. Repullo Labrador y J. Donado Campos. 2003. La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria* 31/8: 527-38.
- Chambers, F. 1980. A re-evaluation of needs analysis in ESP. *ESP Journal* 1/1: 25-33.
- Creswell, J. W. y V. L. Plano Clark. 2007. *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Crosling, G. y I. Ward. 2002. Oral communication: the workplace needs and uses of business graduate employees. *English for Specific Purposes* 21: 41-57.
- Crystal, D. 1997. *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Denscombe, M. 2010. *The Good Research Guide*. Fourth Edition. New York. McGraw Hill.
- Dornyei, Z. y T. Taguchi. 2010. *Questionnaires in Second Language Research: Construction, Administration and Processing*. New York: Routledge.
- Dudley-Evans, T. y M. St. John. 1998. *Developments in ESP: A multidisciplinary Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- EF EPIC :*English Proficiency Index in Companies*. 2012. www.ef.com/epic.
- Ellis, M. y C. Johnson. 1994. *Teaching Business English*. Oxford. Oxford University Press.
- European Commission and The National Center of Languages. 2006. *ELAN: Effects on the European Economy of shortages of Foreign Language Skills in Enterprises*.
- Global English Corporation: *BEI: Business English Index*. 2013. Pearson.
- Graddol, D. 2000. *The Future of English*. London: British Council.
- Hale, S. 1996. Pragmatic considerations in court interpreting. *Australian Review of Applied Linguistics* 19/1: 61-72.

- Hollqvist H. 1984. *The use of English in three large Swedish companies*. Uppsala: Studia Anglistica Uppsaliensa.
- Hutchinson, T. y A. Waters. 1987. *English for Specific Purposes: a Learning-centred approach*. Cambridge: Cambridge University Press
- Johns A. M. y T. Dudley-Evans. 1991. English for Specific Purposes: international in scope, specific in purpose. *TESOL Quarterly*, 25/2: 297-314.
- Kachru, B. B. 1985. Standards, codification and sociolinguistic realism: the English language in the outer circle. En R. Quirk & H. G. Widdowson (eds.), *English in the World*. Cambridge: Cambridge University Press. 11-30
- Louhiala-Salminen, L. 1996. The business communication classroom vs reality: what should we teach? *English for Specific Purposes*. 15/1: 37-51.
- Maes, J., T. Weldy, T. y M. Icenogle. 1997. A managerial perspective: oral communication competency is most important for business students in the workplace. *The Journal of Business Communication* 34/1: 67-80.
- Moreno, A. I. 2003. Análisis de Necesidades para el Aula de Lengua Inglesa en Filología Inglesa: Un Estudio de Caso. *BELLS-Barcelona English Language and Literature Studies* 12 [Available at. <http://www.publicacions.ub.es//revistes/bells12/PDF/art10.pdf>]
- Ongallo, C. 2007. *Manual de comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid: Dykinson.
- Reinsch, L. 1996. Business communication: present, past, and future. *Management Communication Quarterly* 10/1: 27-49.
- Robson, C. 2003. *Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers*. Oxford. Blackwell.
- Scollon, R. y S. Scollon. 1995. *Intercultural communication*. Oxford: Blackwell.
- Truchot C. 2001. Langues et supranationalité en Europe: l'influence linguistique de l'Union européenne. *Terminogramme* 99-100: 231-248.
- Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico. Diseño y aplicaciones*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Vivanco, V. 2009. Holistic versus communicative approach in assessing oral production in English. *RELIEVE-Revista electronica de investigación y evaluación educativa* . 15/2: 1-14.