ISSN 1390-7719

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SERÉIS MIS TESTIGOS

REVISTA PUCE 97

3 DE MAYO - 3 DE NOVIEMBRE DE 2013
QUITO, ECUADOR

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES (LEAI)

CENTRO DE PUBLICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL ECUADOR

Centro de Publicaciones
Escuela Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales (LEAI)
Revista PUCE
Quito-Ecuador

Rector
Dr. Manuel Corrales Pascual, S.J. (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Vicerrector
Ing. Pablo Iturralde Ponce (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Director General Académico
Dr. Carlos Acurio Velasco (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Director del Centro de Publicaciones
Magíster Jesús Aguinaga Zumárraga (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Director de la Escuela Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales (LEAI)
Master Donald Stewart.

Miembros del Comité Ejecutivo del Centro de Publicaciones (Comité Editorial):

Presidente (Editor en Jefe)
Magíster Jesús Aguinaga Zumárraga (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Vocales (Comité Editorial):
Dr. Hugo Reinoso Luna (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)
Dr. Luis María Gavilanes Del Castillo (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Secretario (Coordinador del Comité Editorial)
Lcdo. Walter Jiménez Sarabia (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Miembros del Comité Editorial de la Escuela Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales (LEAI):
Master Donald Stewart
Master Alfredo Altamirano Ulloa
Master Jorge Mora Varela

Secretaria:
Sra. Carmen Sarmiento

Autores:
Alfredo Altamirano U., Mayra Beltrán M.
Milica Dragosavljevich G.
Pablo Garcés V.
Gilda Guerrero S.
Gregory Lasso D.
Paola Lozada L.
Jorge Mora V.
Antonio Torres D.

Corrector de estilo y ortografía
Alfonso Sánchez (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito-Ecuador)

Colección n.° 97
3 de noviembre de 2013
Publicación Semestral
ISSN n.° 1390-7719
Registro de Derecho Autoral n.° 010645
Ingresada en Catálogo Latindex Folio 21880
(www.latindex.unam.mx/buscador/ficRev.html?opcion=1&folio=21880)

La Revista de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador es una publicicación semestral (mayo y noviembre) de su Centro de Publicaciones, que difunde trabajos académicos y científicos, estrictamente originales en español, en la áreas de Leyes, Pedagogía, Ingeniería, Economía, Biología, Química, Historia, Geografía, Antropología, Sociología, Filosofía, Teología, Comunicación, Lingüística, Literatura, Medicina, Administración, Arquitectura, Gestión Social, Psicología y Diseño, y es arbitrada por especialistas de indiscutible valor, cuyos nombres se mantienen en absoluta confidencialidad, recibe trabajos todo el año; el próposito de la Revista PUCE es difundir conocimientos, intercambiar experiencias e incentivar la producción del pensamiento especializado. El contenido de esta revista está dirigido a docentes, investigadores, estudiantes universitarios y público en general.

Los artículos son de responsabilidad exclusiva de sus autores
Los derechos de autor son exclusivos de la PUCE
Se prohíbe la reimpresión parcial o total con cualquier finalidad

ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y
RELACIONES INTERNACIONALES (LEAI)

Editorial: (Punto de Venta)
Centro de Publicaciones PUCE
Av. 12 de Octubre y Robles
Apartado n.º 17-01-2184
Telf.: 593-02-2991700
2991 700 (TRONCAL). Extensiones: 1013, 1014, 1711, 1122.
Telf.: 593-02-2991711 (directo)
(se aceptan canjes)
cecarrionc@puce.edu.ec
Quito, Ecuador.

Impresión:

QUALITY PRINT

Diseño e impresión
QualityPrint Cia. Ltda.
Av. 12 de Octubre y Robles
Telf.: 2991 795 / 2991 796

Diseño y diagramación:
Claudia Hernández Mora
QualityPrint Cia. Ltda.

LAS LENGUAS EN LOS NEGOCIOS Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Languages in International Business and International Relations

Milica Dragosavljevich G.

Recibido 30 julio de 2013
Aceptado 13 de agosto de 2013

Revista PUCE. ISSN 1390-7719. Núm.97
3 mayo - 3 nov 2013. Milica Dragosavljevich. pp. 25-36

LAS LENGUAS EN LOS NEGOCIOS Y LAS RELACIONES INTERNACIONALES

Milica Dragosavljevich G.[1]

PALABRAS CLAVES: Lenguas, multilingüe, plurilingüe, negocios y relaciones internacionales, lengua franca

KEY WORDS: Languages, multilingual, international business and relations, lingua franca

RESUMEN

Este artículo busca plantear la importancia de los idiomas en los negocios y en las relaciones internacionales. En primer lugar, presenta la necesidad de estudiar otras lenguas además del inglés. A continuación, explica las ventajas de manejar varios idiomas y describe el perfil de quien aprende varios de ellos. Finalmente, expone la propuesta de la PUCE en cuanto a la formación de lenguas en el ámbito de los negocios y de las relaciones internacionales.

ABSTRACT

The following article explains how languages are present in international business and international relations. First, it explains the importance of mastering other languages besides English. Then it describes the advantages of knowing various languages and the characteristics of those who learn various languages. Finally, it presents the Pontifical Catholic University of Ecuador's career proposal in the area of International Business and International Relations.

1 Magister en Educación, Licenciada en Lingüística, Docente de LEAI, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (mdragosav@puce.edu.ec)

I. LAS LENGUAS EN LOS NEGOCIOS Y EN LAS RELACIONES INTERNACIONALES

En un mundo de intercambios y cambios constantes, manejar una sola lengua ya no es suficiente. Las relaciones comerciales, políticas y culturales son cada vez más frecuentes y, aunque el inglés es imprescindible, existen otros idiomas que ingresan al escenario de la globalización.

Las lenguas son inseparables de la civilización (Knight, 2005); más allá de una sociedad que *"promueve el avance del inglés"* (Walker, 2009), existe un hecho innegable, las lenguas maternas. El inglés es considerado el idioma vehicular en los negocios y en las relaciones internacionales, pero no es el único. Como el enunciado de Nelson Mandela lo explica: "Si hablas a una persona en un idioma que comprende, esto va a su cabeza. Si le hablas en SU IDIOMA, esto le va a su corazón". Es decir, existen algunas lenguas en el mundo de los negocios y las relaciones internacionales, como lo afirma Ferraro: *"el inglés es solo una de las lenguas de mayor uso en el comercio internacional y es la lengua materna del cinco por ciento de la población mundial"* (Ferraro, 2002: 46); por ende, el manejo de otras idiomas además del inglés es crucial.

Según los principios de la lingüística, el perito en idiomas es capaz de crear un número infinito de oraciones en un idioma en particular, como también es capaz de producir cientos de transacciones o acuerdos comerciales o políticos en la misma lengua. El conocimiento de idiomas permite descubrir la clave de las culturas que representan. El multilingüismo promueve la apertura y tolerancia como también abre la puerta a nuevos mercados y oportunidades de negocios (Davignon et al, 2008).

Gary P. Ferraro en su libro "THE CULTURAL DIMENSION OF INTERNATIONAL BUSINESS" (La Dimensión Cultural de los Negocios Internacionales) de la Universidad de Carolina del Norte en Charlotte, da el siguiente ejemplo:

Aunque el inglés es una importante "lingua franca" de los negocios internacionales, algunas empresas británicas y americanas comienzan a darse cuenta que vale la pena aprender idiomas extranjeros. Por ejemplo en 1983, Jaguar, la manufacturera automotriz británica, empezó un centro de idiomas interno para el estudio del alemán. Según la revista "El Economista" (1987), Las ventas de Jaguar en Alemania Occidental incrementaron a un 60% en comparación a su competencia, Mercedes Benz y BMW. (Ferraro, 2002:46).

Evidentemente, el manejo de inglés y otros idiomas extranjeros significó un incremento en ventas y perspectivas para la compañía "Jaguar".

Muchas empresas europeas necesitan todavía reforzar la habilidad en inglés de sus empleados. En Europa, el inglés es considerado más bien una destreza básica que una lengua extranjera y, como el hablar inglés como un nativo hablante cada vez se vuelve menos relevante, se torna un componente básico educativo (Davignon et al, 2008).

"Un elemento básico en el éxito de cualquier negocio internacional es la comunicación eficiente. ...Los negocios internacionales deben estar fundamentados en el respeto mutuo y qué mejor señal de respeto que tomarse el tiempo y hacer el esfuerzo de manejar el idioma del cliente" El dominio de una segunda (o tercera lengua extranjera) posibilita la compresión de los esquemas comunicacionales tanto del contexto cultural propio como el de la contraparte del negocio. (Ferraro, 2002: 47).

En el lenguaje de la negociación y mercadotécnica internacional, según Heubener, el conocimiento de la lengua de su cliente tiene un valor comercial distintivo. Inclusive, señala como ejemplo, que el hombre de negocios estadounidense que comercia con América Latina y conoce la lengua y rasgos culturales de su arte y literatura, no solo cierra el negocio, sino también gana el respeto de la persona con quien ha negociado. (Ferraro, 2002).

"Las personas que se mueven sin problemas entre lenguas y culturas han aprendido a ser flexibles y socialmente responsables" (Coelho, 2006:44). Sin duda estas características son claves dentro del perfil de un profesional de negocios y relaciones internacionales, ámbito en el cual las certificaciones de responsabilidad social son esenciales y deseables tanto en empresas como en instituciones multinacionales.

Varias investigaciones demuestran que los mercados internacionales requieren del manejo de varias lenguas y la competencia cultural que usualmente acompaña al manejo de destrezas lingüísticas. Las empresas (europeas) califican de "problema" el no encontrar empleados con habilidades lingüísticas más allá de inglés básico. (Davignon et al, 2008).

Adicionalmente, Ferrero (2002) enumera tres argumentos que señala Benjamin Lee Whorf a favor del manejo de varios idiomas:

1. *La única manera de tener una "visión global" de otra cultura es a través de su lengua*

2. *El aprendizaje de una lengua*

extranjera favorece el aprendizaje de un tercer o cuarto idioma, y

3. *Aprender una segunda lengua (y cultura) promueve una apreciación de la propia lengua (y cultura). (Ferraro, 2002:47)*

Se concluye que utilizar varias lenguas es como ir al banco o a la oficina postal, como lo atestigua elocuentemente Chris Knight; uno debe seguir normas y observar el protocolo (Knight, 2005). Esto en definitiva significa que el profesional en el ámbito de los intercambios comerciales y asuntos internacionales es llamado a ser un comunicador intercultural capaz de realizar distintas "transacciones", según la situación o circunstancia.

La esencia de lo enunciado radica en el hecho que existe una relación estrecha entre la lengua y la cultura de las personas con quienes se desea negociar. Lo antes enunciado de ninguna manera minimiza el idioma materno sino más bien lo fortalece. *"siendo significativo para el desarrollo cognitivo, social y lingüístico... un verdadero beneficio metalingüístico, académico e intelectual"* (Coelho, 2006:44). Lo transcendental del ser multilingüe es que maneja su idioma materno y los otros por igual.

El popular dicho "si uno aprende un idioma nuevo, nace de nuevo", tiene otro matiz para el profesional de negocios y relaciones internacionales; pues la adquisición de otra lengua genera nuevas iniciativas de negocios o "surge" otra perspectiva de negociación.

Una vez señalada la importancia de dominar varias lenguas para el experto en negocios y en relaciones internacionales, es pertinente señalar cuáles serían las ventajas como son: la facilidad de emigrar, leer un texto en el idioma original, viajes de trabajo, estudios e incluso investigación (Rocha, 2008).

Además, se pueden indicar las siguientes ventajas de manejar varios idiomas:

- *Cada vez son más las empresas que invierten en la formación lingüística de sus empleados, o que intentan contratar a gente con conocimientos de idiomas. No tienen por qué ser solo los directivos los que aprendan: los obreros también pueden participar en los cursos. Aprender idiomas puede mejorar sus perspectivas profesionales.*
- *Aprender un idioma puede reforzar su autoconfianza y servirle para hablar con más claridad, lo cual le ayudará a expresarse mejor también en su propia lengua.*
- *Hablar la lengua de otra persona ayuda a comprender su cultura y*

su manera de ver la vida: cuanta más gente capaz de hacerlo exista, menos barreras existirán entre las personas (Rocha, 2008).

En términos de los negocios, la ventaja de tener empleados multilingües se traduce en una palabra: competitividad. Según Davignon (2008), una gran parte de empresas pequeñas y medianas europeas perdieron un 11 por ciento de contratos en el 2007 debido a una debilidad en el conocimiento de lenguas y pericia en aspectos de interculturalidad.

En cuanto al desarrollo de destrezas, se presentan las siguientes ventajas:

- *Desarrollar independencia*
- *Cultivar una perspectiva global y un sentido de responsabilidad como ciudadano del mundo*
- *Aprender o ser competente en otros idiomas*
- *Tener requisitos para importantes negocios internacionales*
- *Estar recomendado para relaciones internacionales importantes*
- *Realzar el valor de su hoja de vida o curriculum (GOETHE).*
- *Mejorar la habilidad de escucha*
- *Engrandecer la habilidad cognitiva y lograr que de esta forma sus pensamientos sean más ágiles*
- *Mejorar la capacidad de comunicarse en su lengua materna, refuerza su nivel de lectura, vocabulario, y gramática*
- *Mejorar su escolaridad (Rocha, 2008).*

Entre las otras ventajas de la persona multilingüe encontramos a tres en particular, mencionadas en la disertación de grado de Pamela Rocha (2009) sobre las características de un buen negociador:

1. *"La agilidad mental es uno de los beneficios que se obtiene a través de los idiomas; cuando usted está en el proceso de aprendizaje y asimilación se ve obligada a hacer uso de la memoria para aplicar el vocabulario, las conjugaciones, los acentos, entre otros. Debe además estar en capacidad de hacer constantemente comparaciones con su idioma materno o mejor aún, con otros idiomas que ha aprendido, ya que esto facilitará su comprensión. Debe ser capaz de formular frases coherentes, condición que se adquiere a través de la práctica, de la constante lectura en el idioma deseado, de conversaciones con personas que hablan ese idioma; en fin, la mente estará en constante trabajo y movimiento y esto le beneficiará también en su propio idioma, puesto que habrá aprendido*

destrezas que podría aplicar en sus propias estructuras gramaticales."

2. *"Se debe mencionar también que la información en muchos idiomas diferentes al inglés, está creciendo en Internet. Un ejemplo es el del buscador más popular conocido como Google o la cadena de televisión llamada Music Television MTV, misma que se expandió con mucha rapidez en canales con diferentes idiomas a lo largo del planeta. Este último ejemplo de MTV demostró que los medios de comunicación a nivel global, deben retransmitir sus programas en el idioma local, adecuarse a las leyes locales, y ceñirse a los valores culturales locales."*

3. *"Además, las ventajas al aprender un idioma, abarcan el campo del pensamiento y la inteligencia. En la primera mitad del siglo XX, se creía que el bilingüismo y la adquisición de una segunda lengua hacían que los niños se confundan e interfería con su habilidad para desarrollar funciones cognitivas normales y a salir adelante en ambientes educativos. Sin embargo, el estudio histórico realizado por Peal y Lambertz cambió totalmente esta perspectiva, mostrando que las personas bilingües obtenían resultados superiores en relación con las monolingües en diferentes pruebas de inteligencia."* (Rocha, 2008).

Sin duda, ya sea por agilidad mental, investigación en las nuevas tecnologías o para incentivar la inteligencia, las personas bilingües o plurilingües tienen primacías sobre el monolingüe.

Dicho lo anterior, es preciso explicar las características de la persona apta para aprender una segunda o tercera lengua:

Cuando se adquiere un segundo idioma, abarca tanto el comportamiento externo como también las reglas que residen en nuestro subconsciente, las mismas que conocemos pero que no podemos describir explícitamente. Los idiomas involucran sentimientos, actitudes y motivaciones de los aprendices; todas estas variables afectivas determinarán el ritmo y grado de aprendizaje del segundo idioma; incluso las características personales del estudiante afectarán su asimilación (Beebe, 1988).

> *Rubin (1975) afirma que el buen aprendiz de un idioma posee un fuerte impulso para comunicar. El buen aprendiz de un idioma está "dispuesto a parecer tonto... a cometer errores... [y] a vivir cierta cantidad de vaguedad" (Rubin, 1975: 47). Beebe (1983)*

ha investigado las características del buen aprendiz de un idioma a través del análisis de los rasgos de personalidad de tomar un riesgo. Puede ser que los que toman riesgos encontrarán también más encuentros con el idioma y por lo tanto, desarrollarán otras áreas de habilidad de idioma no necesariamente relacionadas a la precisión lingüística, pero más bien relacionada a las destrezas de la interacción social y de la comunicación. Seliger (1983) encontró que los generadores de grandes contribuciones o de aquellos que interactúan en la clase estaban más dispuestos a desarrollar contactos con hablantes nativos del segundo idioma, estaban más dispuestos a proveer información, y a iniciar interacciones de lenguaje, pero no necesariamente más gramaticales en su discurso que aquellos compañeros que interactuaban en niveles inferiores (Beebe, 1988:18).

El estudiante "apto" para el multilingüismo es por ende un negociador natural, pues, no tiene miedo a expresarse y tomar la iniciativa, lo arriesga todo. Toma las riendas de la situación y aprende más por sus ansias de descubrir. Busca la oportunidad de comunicarse y vive para ella. Se podría decir, que el que nace para negociar (en su sentido más amplio) nace para aprender muchas lenguas.

Ahora bien, en cuanto a la relevancia de los idiomas a nivel de pensamiento y su ubicación de acuerdo con los diferentes hemisferios cerebrales, los estudios afirman que el hemisferio izquierdo del cerebro está especializado para la adquisición del primer idioma, mientras que el derecho, se especializa en la del segundo. Además, se afirma que el hemisferio derecho puede ser capaz de actuar de manera holística[2] y paralela en cuanto al procesamiento, y el izquierdo puede actuar en forma analítica y seria. La opinión sobre el lenguaje es que consiste en componentes perceptuales diferentes cognitivos, los mismos que pueden ser procesados por el hemisferio izquierdo y otros por el derecho, y ambos contribuyen al procesamiento del idioma en alguna forma (Beebe, 1988).

En cuanto a la forma de aprender un idioma, existen variaciones individuales, y distintos factores. Un factor es la "habilidad verbal" que se describe como "la habilidad para aprender varias respuestas lingüísticas convencionales y retenerlas durante largos períodos

2 Se refiere a la concepción de la realidad como un todo distinto de la suma de las partes que lo componen. DRAE.

de tiempo". Otras dimensiones están relacionadas con la habilidad del individuo para ofrecer respuestas rápidas de una serie de posibles respuestas alternativas (fluidez de expresión), habilidad para dar ideas rápidamente (fluidez de ideas) y la habilidad para decir objetos rápidamente (fluidez para nombrar) "El factor representa las diferencias en el almacenamiento de respuestas lingüísticas poseídas por el individuo, la riqueza de la experiencia pasada del individuo y el entrenamiento en el idioma Inglés" (Carrol, 1968:101).

Una vez establecida la importancia de dominar otros idiomas además del inglés, así como el valor intelectual del individuo multilingüe y, haber señalado las características de la persona apta para manejar lenguas, es pertinente analizar qué se ha realizado en la formación de los profesionales en el área de los negocios y relaciones internacionales en la primera década del siglo XXI.

La costumbre de varias universidades en el Ecuador de incluir niveles de inglés dentro de sus planes de estudio no es una novedad. Así, el resultado de un sondeo en la ciudad de Quito en el mes de junio 2010, mostró que en el cien por ciento de carreras universitarias que están involucradas en el ámbito de los negocios y/o relaciones internacionales, exigen al menos cuatro niveles de inglés.

La pregunta aquí es que si es esto lo suficiente o inclusive pertinente cuando se trata de la formación de profesionales que tienen por objetivo el constante contacto con interlocutores de países y culturas distintas al propio.

Uno se acerca a la respuesta cuando analiza la propuesta de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) que desde el año 1992, ofrece una licenciatura Multilingüe de Negocios y Relaciones Internacionales.

La página web de la PUCE indica que: "la Licenciatura Multilingüe en Negocios y Relaciones Internacionales ha formado profesionales multidisciplinarios, tanto en el ámbito de negocios como en las relaciones internacionales, con dominio de idiomas extranjeros y comprensión de sus culturas. Prepara a sus estudiantes para desempeñarse en un amplio campo de trabajo que engloba la iniciativa privada, el sector público, Organismos internacionales, investigación, así como instituciones culturales y humanitarias. Esta formación orienta a los futuros profesionales hacia la solución de problemas y búsqueda de oportunidades, aplicando con criterio la interdisciplinariedad." (PUCE, 2013:1)

Para el ingreso en la carrera se requiere un nivel intermedio-avanzado en dos idiomas extranjeros

con inglés como idioma obligatorio y la denominada "tercera lengua" dentro del sistema académico entre una de las tres opciones: alemán, francés o italiano. El 40 % de los alumnos de la carrera cursan además una cuarta lengua de las 10 que se ofertan en la Escuela de Lenguas de la PUCE. En otras palabras, se busca admitir a estudiantes aptos y dispuestos para el estudio de varios idiomas.

Una vez admitido el alumno en la Licenciatura debe cursar los niveles de lenguas intermedio y avanzado y tomar materias en dichos idiomas (22% en inglés y el 13% en la tercera lengua).

Este programa de pregrado en cuanto al conocimiento de lenguas extranjeras sigue el objetivo definido por los Estados miembros de la UE en la Cumbre de Barcelona del 2002, en donde se consideró que cada ciudadano debería aprender además de su idioma materno, dos idiomas adicionales (Davignon, 2008). Se ha constatado que el dominio de más de una lengua extranjera forma profesionales flexibles y abiertos, con agilidad mental y refuerza la habilidad de negociar. En fin, esta formación es la prueba viviente de las "Lenguas en los Negocios y en las Relaciones Internacionales."

LITERATURA CITADA

Beebe, L. (1988). Psycholinguistic Issues in second language acquisition, multiple perspectives, Newbury house publishers.

Carroll, John B. (1968), The study of language, a survey of linguistics and related disciplines in America, Harvard University Press, Cambridge.

Coelho, E. (2006). Enseñar y aprender en escuelas multiculturales, una aproximación integrada, I.C.E. Universidad de Barcelona, Horsori Editorial S. L.

Davignon, E. (2008). Languages mean Business: Companies work better with languages; Recommendations from the Business Forum for Multilingualism established by the European Commission, (Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities).

Ferraro, G. (2002). The Cultural Dimension of International Business, (The University of North Carolina at Charlotte Upper Saddle River, New Jersey.

Knight, C. (2005). The Human Revolution, Alice V. and David H. Morris Symposium on the Evolution of Language, (Stony Brook University - New York), School of Social Sciences, Media and Cultural Studies. University of East London, Docklands Campus, London E16 2RD, UK. Recuperado de: http://homepages.uel.ac.uk/C.Knight.

Rocha, P. (2009). Análisis de las Tendencias de Negociación Ecuatoriana en los Casos: TLC con Estados Unidos y Acuerdo de Asociación CAN-UE y la Conveniencia de la Aplicación de Criterios Multidisciplinarios y Multilingües, Disertación de Pregrado, PUCE.