

**IMPORTANCIA DE UNA SEGUNDA LENGUA EN LAS PYMES DEL SECTOR
DE PRODUCCION DE INSUMOS INDUSTRIALES EN BOGOTA**

GINA CAROLINA ANZOLA MUETE

**UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ 2013**

**IMPORTANCIA DE UNA SEGUNDA LENGUA EN LAS PYMES DEL SECTOR
DE PRODUCCION DE INSUMOS INDUSTRIALES EN BOGOTA**

GINA CAROLINA ANZOLA MUETE

TUTOR

JAHIR AUGUSTO BUITRAGO NOVA

Licenciado en Inglés

Maestría en traducción

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ 2013

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a los tres ejes centrales en mi vida, como primera medida, a mis queridos padres, quienes han sostenido mis manos durante toda mi vida, apretándolas con la fuerza necesaria para no dejarme caer, y con la suavidad suficiente para no lastimarlas, sacudiéndolas un poco cuando han sido tercas, y acariciándolas cuando han estado tristes. Y a mi amada hija, el sol de mis días y la luz de luna en mis noches, motor de todas mis acciones y la razón entera de mí existir.

Agradecimientos

De manera muy especial agradezco a mis padres por todos sus esfuerzos, porque de ellos han dependido todos los logros obtenidos a lo largo de mi vida, a mi querida madre por su paciencia, por sus sacrificios, sus desvelos y todos aquellos adjetivos que la describirían como la mejor de las madres, a mi padre por su paciencia, por su entrega, por su compañía y por todas aquellas cosas que lo definen como un amoroso padre.

En esta etapa del camino, al mirar atrás me doy cuenta que el camino ha sido largo, lleno de experiencias y de personas que se cruzaron por mi vida aunque sea por breves instantes; esas personas, mis maestros quienes me guiaron a lo largo del camino, de manera muy especial a Carlos Franco, y a Carlos Salcedo porque con ellos compartí aulas en más de una ocasión, gracias por su paciencia, me llevo una gran cantidad de recuerdos y enseñanzas inolvidables. A ellos y a todos los demás docentes que tuve la oportunidad de conocer, les digo hoy muchas gracias por su paciencia y sus enseñanzas.

Finalmente un agradecimiento especial al director de mi proyecto, el profesor Jahir Buitrago, por compartir sus conocimientos y guiar todo mi proceso.

Tabla de contenido

Introducción.....	1
Capítulo 1 Caracterización del proyecto.....	2
Justificación	3
Objetivos	6
General.....	6
Objetivos específicos	6
Preguntas de investigación	7
Planteamiento del problema	8
Hipótesis	9
Puntos clave	10
Capitulo 2. Marco teórico	11
La Comunicación	12
Globalización y multiculturalismo	14
El bilingüismo.....	17
El inglés y su importancia	19
La traducción de documentos	23
Capitulo 3. Diseño de la investigación.....	26
Tipo de investigación	26
Descripción de los participantes	29
Metodología	31
Capitulo 4. Resultados	32
Capitulo 5. Conclusiones.....	46
Lista de referencias	49

Anexos	51
Modelo de entrevista.....	51
Transcripción de entrevistas	52
Modelo de la Encuesta	64

Introducción

La globalización, los tratados de libre comercio, y la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación han contribuido a crear un mundo interconectado. Hace algunas décadas era impensable para la persona del común poderse comunicar con alguien que se encontrara a gran distancia; en nuestros días, gracias a los avances en las telecomunicaciones, dicha comunicación no solo es posible, también se ha convertido en algo tan cotidiano, como tener una conversación con un vecino o un compañero de trabajo o de clase.

Si bien este fenómeno es algo cotidiano para los individuos, debe serlo también para las organizaciones, sin importar el tamaño de estas. Esta premisa es la base del presente trabajo de investigación, puesto que no es suficiente contar con las tecnologías de la información y la comunicación, también es necesario tener la habilidad para comunicarse con personas y organizaciones fuera del país, esta habilidad se podría definir como el manejo de una lengua diferente al español. De este punto surge la motivación para investigar sobre este tema, Para un profesional en lenguas modernas de la universidad EAN es un reto conocer la importancia que tienen las lenguas extranjeras para un sector económico específico.

El objetivo es mostrar la importancia del manejo de una segunda lengua para los empresarios del sector de la producción de insumos industriales en Bogotá, igualmente indagar con qué nivel de conocimiento o capacitación cuentan estas empresas, y cuál es la lengua extranjera con la que estos empresarios tienen un mayor acercamiento.

Capítulo 1 Caracterización del proyecto

La razón de ser de este capítulo es dar a conocer los objetivos que persigue el presente trabajo de investigación, así mismo delimitar las áreas a investigar y descartar los temas que no sean pertinentes con el mismo. De igual manera se evidencian las causas, los orígenes y las razones por las cuales se realiza el presente trabajo de investigación. Y se definen los motivos por los cuales es relevante indagar acerca de los temas propuestos.

Se encuentra también un acercamiento al problema que se identificó inicialmente y sobre el cual se basa toda la presente investigación, posteriormente las preguntas a responder mediante la aplicación de la metodología y finalmente una hipótesis.

Justificación

El manejo de una segunda lengua se ha convertido en una necesidad en el mundo actual, debido a los procesos de globalización, los acuerdos comerciales y la rápida expansión de las telecomunicaciones, todo lo anterior ha contribuido a crear un mundo interconectado, y así mismo la necesidad de comunicarnos no solamente con las personas dentro de nuestra sociedad, sino también en muchos casos con personas en el extranjero. A causa de esto, el uso de una segunda lengua es ahora una competencia indispensable para cada miembro de nuestra comunidad global.

Colombia no ha sido ajena a este fenómeno, puesto que nuestra economía está cada vez más integrada a los mercados internacionales; en la actualidad, el país cuenta con una gran variedad de tratados de libre comercio suscritos con varios países y también con algunos acuerdos comerciales vigentes; entre los más destacados se encuentran: el tratado de libre comercio con Estados Unidos, el acuerdo de libre comercio con los Estados AELC (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia) y el acuerdo de libre comercio con Canadá.

Es por esta razón que "El Gobierno Nacional y el Ministerio de Educación han venido desarrollando iniciativas como el Programa Nacional de Bilingüismo, el cual tiene como objetivo capacitar a los colombianos en las competencias comunicativas necesarias para usar efectivamente una segunda lengua." ¹Esto incrementaría no solamente el nivel cultural de los Colombianos, sino también su competitividad. El periódico digital del Ministerio de Educación Nacional afirma:

El bilingüismo debe ocupar un lugar preponderante en la agenda interna, para la mejora de la competitividad del país en los próximos años. No olvidemos que países como India se han beneficiado enormemente por tener un número muy importante de profesionales y técnicos completamente bilingües. Esta característica les ha permitido atraer

¹ Altablero (2005). Ministerio de Educación Nacional, Republica de Colombia. Colombia Bilingüe recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97945>.

grandes industrias del conocimiento, como el desarrollo del software y la tecnología. Altablero (Octubre 2005).

Por esta razón es importante diagnosticar el nivel de uso del inglés que tienen las pymes del sector de la producción de insumos industriales en Bogotá, con el fin de identificar las fortalezas y debilidades que ellas tienen frente al tema del bilingüismo y qué beneficios representaría para ellas a futuro el buen uso del inglés como segunda lengua.

De esta manera se identifica un campo de acción para el profesional en lenguas modernas de la universidad EAN, en primera medida como investigador, para evidenciar la importancia de las lenguas extranjeras para algunos sectores económicos, y posteriormente como medio facilitador, para asesorar a las empresas en cuanto las medidas que se pueden aplicar para acercarlos al contexto internacional.

Mediante visitas realizadas a algunas empresas de este sector se ha observado que todas ellas tienen en común varios aspectos; el primero de ellos es que de una u otra forma tienen contacto con una lengua extranjera, en especial el inglés. El segundo punto que tienen en común es que el nivel de conocimiento de dicha lengua extranjera no es completamente satisfactorio y/o solamente una persona dentro de la empresa cuenta con la habilidad de comprender y comunicarse en otra lengua diferente al español. Para algunas de estas empresas, exportar sus productos es un proyecto a mediano o largo plazo y en algunos casos algunas de ellas ya se encuentran exportando sus productos.

El diagnóstico del nivel de competencia en lenguas extranjeras, específicamente en inglés, permitirá ver qué importancia le dan los empresarios a esta habilidad, así mismo el nivel de frecuencia en que dichos empresarios deben enfrentarse a situaciones que requieren el uso de una lengua extranjera, y de igual forma que hacen en estas situaciones.

Es importante conocer las ventajas competitivas a nivel nacional e internacional que puede proporcionarles a los empresarios el hecho de ser proficientes en el

uso de una segunda lengua, y como esto puede incidir en el desarrollo cultural y socioeconómico para mejorar su imagen y las relaciones internacionales con clientes potenciales y así mismo con empresas del mismo sector en el mundo.

Objetivos

General

Considerar la relevancia que tiene capacitar a los empresarios del sector de la producción de insumos industriales de Bogotá en el manejo de una segunda lengua.

Objetivos específicos

1. Evidenciar con qué frecuencia las pymes del sector de la producción de insumos industriales necesitan usar una lengua extranjera.
2. Determinar las acciones que se realizan en las pymes del sector de la producción de insumos industriales al momento de enfrentarse a una situación en la que es necesario el uso de una lengua extranjera.

Preguntas de investigación

¿Qué importancia tiene el manejo de una segunda lengua para las PYMES del sector de la producción de insumos industriales en Bogotá?

¿Con qué frecuencia los empresarios necesitan hacer uso de una lengua extranjera?

¿Qué acciones realizan cuando se ven enfrentados a una situación que les requiere el uso de una segunda lengua?

¿Son dichas acciones efectivas al momento de comunicarse en una lengua extranjera?

Planteamiento del problema

A pesar de los esfuerzos del gobierno Nacional y del Ministerio de Educación, Colombia se encuentra muy lejos de lograr la meta de llegar a ser una nación bilingüe. Según el informe (EF-EPI) del índice de nivel de inglés del presente año, Colombia se encuentra en el nivel más bajo de proficiencia en Inglés, ocupando la posición número 50 entre 54 países que fueron tenidos en cuenta para hacer dicha medición.

Las empresas del sector de la producción de insumos industriales en Bogotá siempre han tenido algún tipo de contacto con el exterior, debido a que muchas de las maquinarias que usan tienen procedencia extranjera, lo cual representa un desafío en cuanto a la instalación, operación y mantenimiento de dichas máquinas cuando ellas no tienen ninguna clase de soporte técnico en español.

Por otra parte algunas de ellas han incursionado en el tema de la exportación hacia países no hispanohablantes, no cabe duda que esto representa una necesidad de poder comunicarse con sus clientes de manera efectiva.

Finalmente, cabe anotar que hay pymes que aunque no han iniciado ningún tipo de operación internacional, tienen planes a mediano o largo plazo de exportar sus productos, motivados principalmente por el reciente Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

Las consecuencias de la falta de una competencia comunicativa efectiva en una segunda lengua puede resultar en varios inconvenientes; puede causar pérdida de dinero como producto de la desinformación al momento de operar sus maquinarias importadas, y adicionalmente puede causar pérdida de oportunidades comerciales al no ser capaces de promocionar sus productos de manera eficaz.

Hipótesis

El manejo de una segunda lengua representa una ventaja competitiva para las pymes del sector de producción de insumos industriales en Bogotá puesto que facilita la comunicación entre los empresarios y sus proveedores y a su vez con posibles clientes fuera de Colombia.

Puntos clave

Los puntos clave aportan un acercamiento hacia los conceptos básicos que se abordan dentro de la presente investigación, delimitan los temas que serán investigados y que son relevantes para el proyecto.

Segunda lengua: la lengua aprendida por una persona después de haber adquirido su lengua materna. Este fenómeno puede darse en diferentes contextos y así mismo con diferentes intenciones u objetivos.

Insumos industriales: son aquellos productos que son fabricados y comercializados con el fin de ser formar parte de un segundo producto terminado.

Pymes: Pequeñas empresas constituidas con un capital inferior a 5.000 salarios mínimos mensuales vigentes, y cuenta con una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.

Influencia de una segunda lengua: En qué sentido el manejo de una segunda lengua afecta positiva o negativamente a un individuo u organización.

Capítulo 2. Marco teórico

En esta etapa del trabajo de investigación se expondrán algunos de los conceptos más relevantes para fundamentar y conceptualizar el presente proyecto, se abordaran temas que van desde los conceptos básicos de la comunicación, la el manejo del inglés en los negocios, la globalización y la importancia de la traducción en este proceso, así mismo la teoría de la traducción de documentos, y la traducción especializada en los negocios. El objetivo de este marco teórico es conceptualizar el problema de investigación, dándole un referente teórico, desde el cual se pueden exponer conceptos, puntos relevantes acerca del tema de investigación.

A continuación se empezarán a abordar los temas referentes al presente trabajo de investigación iniciando con un concepto de comunicación.

La Comunicación

La comunicación es imprescindible en cuanto a las relaciones humanas en general, es algo tan permanente en nuestra vida que muchas veces tiende a darse por sentada su existencia e importancia. Es por esta razón relevante mencionar el siguiente concepto básico de comunicación: “La comunicación es precisamente ese incesante ir y venir de palabras que pasan de unos a otros, como ya sabemos de forma oral o escrita, esto es con sonidos o con signos.”²(Fuentes, Septiembre 2004. P 124). La comunicación entonces puede entenderse como un intercambio de palabras, sonidos o signos que se transmiten entre dos o más individuos y que permiten expresar una idea.

Por consiguiente, hay que tener en cuenta que la comunicación solo puede ser posible cuando hay participación de al menos dos individuos; de acuerdo con Fuentes (2004), “si no viviera en sociedad, el hombre no podría perfeccionarse y lograr su realización personal; ni siquiera podría subsistir. Como consecuencia de ello, la historia de la comunicación viene a ser la historia de la civilización humana, de la cual es su imagen más fiel.” (P 125). La comunicación entonces puede entenderse como una característica humana que no solo permite desarrollarse en un entorno social, sino que garantiza su supervivencia y su bienestar.

Gracias a la comunicación, los seres humanos logramos establecer todo tipo de interacciones humanas tales como personales, amorosas, profesionales y comerciales, siendo estas últimas las relevantes para el presente estudio.

Desde tiempos inmemorables, los seres humanos han establecido relaciones comerciales, dichas relaciones comenzaron como intercambio de bienes, y posteriormente los términos comerciales evolucionaron para convertirse en formas de sustento para los negociantes. Todo esto basándose en los principios de la comunicación.

² Fuentes, J. (2004). Comunicación estudio del lenguaje. Barcelona: Industrias graficas mármol.

Según (Portales, 2002) “En un principio, el abastecimiento de productos se realizaba por medio del trueque, que se puede definir como el intercambio de bienes realizado entre los distintos sujetos sin que en un primer momento se persiga la obtención de un beneficio a través del mismo.”³ Si bien es un mecanismo primitivo, el intercambio de bienes requería el establecimiento de ciertos términos, con el objetivo de lograr un acuerdo entre las partes, dichos términos eran facilitados por la comunicación entre sus participantes, por consiguiente podemos concluir que la comunicación ha sido indispensable para el comercio desde sus mismos orígenes, y lo ha acompañado durante toda su evolución.

La comunicación y todo lo que ella implica tiene gran relevancia con el presente proyecto de investigación ya que se deberá observar el grado de necesidad y así mismo de efectividad con que se comunican en una segunda lengua los empresarios de las Pymes del sector de producción de insumos industriales en Bogotá.

Pero igualmente es de suma importancia conocer por que existiría en las pymes la necesidad de comunicarse en otra lengua, porque parece que, en los últimos tiempos, la necesidad de comunicarse ha trascendido las barreras nacionales; y porque es cada vez más indispensable tanto para los individuos, como para las compañías comunicarse con personas fuera de su entornos social y económico.

Para entender un poco las causas y las consecuencias de este fenómeno, se expondrá a continuación el concepto de globalización y el multiculturalismo y el impacto que estos han tenido sobre la comunicación y muchos otros aspectos de la sociedad.

³ Portales, C. (2002) Derecho Mercantil, Nociones Básicas y Generales. Ciudad de Juárez: Universidad Autónoma de Juárez.

Globalización y multiculturalismo

Como primera medida es imperativo conocer el concepto de globalización, que según el (DRAE) es “la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”.⁴

Aunque parece un concepto sencillo, este abarca diversas dimensiones de la sociedad, y es visto desde una perspectiva diferente por cada una de ellas, por esta razón es difícil encontrar una definición clara y concisa acerca de lo que es o no es la globalización; sin embargo, Sierra (2002) afirma que:

La globalización puede entenderse como: un hecho evidente que ocurre ante nuestros ojos, circulan informaciones, bienes y servicios procedentes de las más extrañas latitudes del mundo, con la velocidad del satélite y la fibra óptica y llegan a comunidades, grupos, colectivos, sociedades cada vez mas homogenizadas por el mercado, pero más segmentadas por las tradiciones culturales locales o regionales, con expresiones simbólicas propias, en búsqueda de una identificación particular que les de reconocimiento y visibilidad.

El proceso de globalización o mundialización, como es conocido por algunos autores, se ha convertido en un imperativo en los campos socio económico, científico y tecnológico, por esta razón según Sierra, (2002 p.166) “El desafío de la globalización consiste en reforzar la propia supervivencia y permanencia, por lo tanto la prioridad no es combatir el modelo actual, sino adaptarse a él para hacerlo más humano pero sin dejar de lado la competitividad”⁵. En un mundo cambiante, la mejor alternativa es ser flexible y adaptarse a los cambios según estos vayan

⁴ Diccionario de La Real Academia de La Lengua Española en línea. Tomado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=globalizaci%C3%B3n>, Consultado 19 de abril de 2013.

⁵ Sierra, F. Sierra L. (2002). *Comunicación, cultura y globalización*. Bogotá: Centro Editorial Javeriano.

ocurriendo y así mismo estar preparados para los cambios que se darán en el futuro.

La globalización ha causado diferentes fenómenos a nivel mundial, entre ellos se encuentra la necesidad de capacitarse en el ámbito de las lenguas extranjeras, como afirma Gutiérrez (2010) “Actualmente estamos inmersos en un mundo globalizado, donde el desarrollo de los medios de transporte y las telecomunicaciones nos acercan y nos permiten relacionarnos con personas de distintos lugares de nuestro planeta, reduciendo considerablemente las distancias y derribando aquellas barreras geográficas que, décadas atrás, parecían infranqueables”.

Sin embargo, y pese a que estas distancias se han reducido, existen aspectos que deben ser considerados al momento de establecer relaciones con habitantes de otras naciones y que atañen directamente al lenguaje. Surge entonces, la necesidad de aprender una segunda lengua que nos permita comunicarnos, en forma oral o escrita, para así acceder de mejor forma a la cultura en el contexto de lo que algunos han denominado “Aldea Global”, de la que todos formamos parte.

Es posible concluir a partir del anterior aparte que una segunda lengua se ha hecho una herramienta indispensable al momento de adaptarse a la sociedad moderna y a los procesos del nuevo mundo globalizado.

Sin embargo el manejo de una segunda lengua no es solo relevante en el ámbito comercial, sino también en el profesional, según el periódico LA NACION: “los profesionales políglotas tendrán las puertas abiertas en el mundo globalizado”⁶ con esta afirmación es posible inferir que para los empresarios el hecho de capacitarse en el manejo de al menos una segunda lengua les representará una ventaja con respecto a quienes no consideran importante este tipo de aprendizaje.

Parte de esta adaptación a los procesos de globalización actuales tiene que ver con la capacitación en el uso de al menos una segunda lengua, debido a que en Colombia este fenómeno no es un tema ajeno, es posible ver cada vez más empresas extranjeras estableciendo en el país no solo puntos de venta, sino

⁶ Ramos, K.(2007) Los idiomas y la globalización. Periódico Online La nación. Recuperado de http://www.nacion.com/ln_ee/2007/julio/05/opinion1156407.html.

también oficinas y centros administrativos; a su vez, algunas empresas colombianas han tenido la oportunidad de exportar y así dar a conocer sus productos.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, y dada la importancia del manejo de una segunda lengua para los miembros de nuestra sociedad, se abordará en las siguientes páginas el tema del bilingüismo.

El bilingüismo

El tema del bilingüismo está directamente relacionado con la presente investigación debido al importante rol que juega en la comunicación internacional e intercultural, por este motivo el bilingüismo es uno de los objetivos del *Gobierno Nacional y del Ministerio De Educación Nacional*, lograr que un porcentaje alto de ciudadanos sean bilingües, por medio del *Plan Nacional De Bilingüismo 2004-2019* que incluye los nuevos estándares de competencia comunicativa en inglés. Ser bilingüe es una competencia esencial en un mundo globalizado puesto que manejar al menos una segunda lengua implica poderse comunicar mejor, y entender otras culturas y contextos.

El concepto de bilingüismo es muy amplio y controvertido por muchos teóricos del tema, sin embargo, de acuerdo con Siguán (2001. P 27):

“La etimología basta para ofrecernos una primera aproximación al significado de la palabra bilingüismo; significa, obviamente <dos lenguas>, y bilingüe será por tanto el individuo capaz de utilizar dos lenguas alternativamente.”⁷ Es posible inferir que el bilingüismo es la capacidad de expresar ideas en dos lenguas, con el mismo grado de fluidez y con el mismo grado de efectividad.

Por otra parte, Butler y Yugo (2006 P.115) afirman que: “el bilingüismo es un comportamiento psicológico complejo y socio-cultural que tiene aspectos multidimensionales.” Así el bilingüe puede definirse no solamente como aquel individuo capaz de comunicarse en dos lenguas, sino también como aquel que llevo a cabo un proceso psicológico de adaptación, para involucrarse no solamente con el aprendizaje de una segunda lengua, sino también quien adapto a su ser todos los cambios sociales y culturales que implica ser una persona bilingüe”.⁸

⁷ Siguán, M. (2001). Bilingüismo y lenguas en contacto. Madrid: Alianza Editorial.

⁸ Yuko G y Kendy Hauta (2006), Bilingualism and second language acquisition. (P. 115)

El bilingüismo entonces puede ser comprendido como una realidad que va en aumento de una manera considerable, ya que cada vez más personas alrededor del mundo comprenden la importancia de ésta, y a su vez han iniciado su capacitación en el manejo de una segunda lengua para ampliar sus horizontes profesionales y/o para enriquecer su entorno personal y cultural.

La evolución tecnológica que se ha venido dando durante los últimos años es un factor determinante para la creciente demanda de la adquisición de una segunda lengua, según Gutiérrez (2010) “si hoy se tiene o posee más lenguaje, referido al buen dominio de la lengua madre y la apropiación de una segunda lengua, el hombre en el contexto de la aldea global, tendrá más posibilidades de desarrollo sociocultural y de integración en un mundo cambiante, competitivo, globalizado y altamente tecnificado”.⁹

Habiendo estudiado un poco sobre el tema del bilingüismo es ahora importante evidenciar cual es la lengua más usada en el mundo, cual es la que despierta más interés en las personas y por qué razón, dicha lengua cuenta con tantas importancia. A continuación se encuentran algunos apartes acerca de la importancia del inglés.

USA Blackwell publishing Ltd.

⁹ Gutiérrez M, Importancia del lenguaje en el contexto de la aldea global. Horizontes educativos en línea, Consultado el 29 de abril 2013. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/979/97916218008.pdf> P 99

El inglés y su importancia

El predominio de una lengua sobre algunas otras tiene que ver en parte con algunos factores sociopolíticos, según Gutiérrez (2010) “el multilingüismo o plurilingüismo, que consiste en que las personas de todo el mundo manejen más de una lengua y no sólo se remitan a una, por lo que llaman a la diversidad, la tolerancia y la existencia de una lengua neutral que vele por los derechos humanos y que no sólo sea una eficaz vía de comunicación entre las personas”.¹⁰

Entre todas las opciones de aprendizaje en cuanto a lo que a las lenguas concierne, el inglés parece ser la lengua más cotizada y apetecida. El incremento del uso e importancia del idioma inglés tiene un origen con bastante historia, no es un fenómeno reciente, y mucho menos se trata de una moda pasajera, a continuación se evidenciarán algunas razones por las cuales el inglés ha cobrado tanta importancia en nuestra sociedad actual.

Es un hecho que el inglés se ha convertido en una de las lenguas más difundidas en el mundo, tanto por su número de hablantes, como por la cantidad de países en los que dicha lengua es hablada. “El inglés ocupa el tercer lugar de los 10 idiomas mas hablados del mundo con 328 millones de hablantes, después del chino que cuenta con 1.200 millones de hablantes, y el español con 329 millones de hablantes”. (Portafolio 2013)¹¹

De acuerdo con Montes (2007) “el inglés ha desplazado como *lingua franca* a cualquier otra lengua, sobre todo al francés y al alemán, que a principios del siglo XX eran respectivamente la *lingua franca* de la diplomacia y la ciencia” de la anterior afirmación se puede concluir que el inglés ha tomado el lugar de algunas

¹⁰ Gutiérrez, M. Importancia del lenguaje en el contexto de la aldea global. Horizontes educacionales en línea, Consultado el 29 de abril 2013. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/979/97916218008.pdf> Ibíd. P 103

¹¹ Portafolio en línea. 2013, fecha de consulta mayo 14 de 2013. Publicación semanal. Disponible en: <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/idiomas-mas-hablados-del-mundo>.

de las lenguas predominantes en el mundo en el siglo pasado, es decir que el inglés se ha convertido en la lengua del siglo XXI.

Sin embargo la importancia del inglés no es una coincidencia, detrás de su influencia se encuentran diferentes razones sociales y económicas por las cuales dicha lengua adquirió su importancia actual, según Montes (2007) “Desde el siglo XIX el inglés cobra cada vez más importancia en el ámbito internacional debido, en primer lugar al imperialismo político de Gran Bretaña y en segundo lugar a la hegemonía política y económica de EEUU, que empieza a principios del siglo XX”.

Debido a sus orígenes, a su rápida expansión alrededor del mundo y a su importante número de hablantes, el inglés es considerado también como la lengua de los negocios y el comercio. En muchos países, el inglés ha sido adoptado como segunda lengua, como es el caso de Colombia, que ha estado trabajando para cumplir el objetivo de tener una nación bilingüe español – inglés gracias al programa adelantado por el *Gobierno Nacional y el Ministerio De Educación Nacional*, para lograr que un porcentaje alto de ciudadanos sean bilingües, por medio del *Plan Nacional De Bilingüismo 2004-2019*.

De la misma forma según afirma Montes (2007) “empresas multinacionales alemanas como Berelmann, Beiersdorf, Daimler Chrysler, Deutches Bank, e incluso francesas como Alcatel, Axa y L’Oreal han adoptado el inglés como lengua de uso interno”. El hecho que el inglés sea usado como lengua de uso interno de compañías de orígenes no anglófonos, muestra el grado de importancia que esta lengua ha adquirido en el mundo entero y es una evidencia de que seguirá teniendo una importancia similar en el futuro.

Así que la reputación del inglés no es solo una especulación, está respaldado con cifras y hechos concretos; además, basta con darle una mirada al entorno de la ciudad de Bogotá, es muy común ver como prácticamente en cada una de sus localidades abundan instituciones de todo tipo que ofrecen programas de capacitación en el idioma inglés, y así mismo las filas de personas que desean aprender este idioma va cada día en aumento.

Según Marqués de Tamarón (1995) “El inglés ya no es un puro símbolo de la modernidad. Como la modernidad no es en sí sustancia sino mera forma, en el inglés se puede verter cualquier contenido económico, político, social o de simple ejercicio del poder”.¹² Y es precisamente esta versatilidad la que le ha dado al inglés esa gran importancia en la sociedad actual, no solamente en Colombia sino como un fenómeno que cruza las barreras de las fronteras entre países.

Es un hecho que tanto para las Pymes como para los individuos, en nuestro país es indispensable el uso del inglés como segunda lengua. Sin embargo, en el contexto de las empresas no es suficiente solo con saber hablar y entender una lengua sino usarla adecuadamente en el contexto que la empresa misma lo requiera, este no será necesariamente un inglés cotidiano, sino que puede llegar a ser muy específico e incluso técnico, por esta razón se presentarán a continuación algunos aspectos específicos de la lengua inglesa.

Una lengua no es un concepto general, esta puede ser abordada desde diferentes dimensiones dependiendo de quien la usa y donde se usa; el inglés no es una excepción, por esta razón se analizará el inglés como lengua en el campo específico del comercio y los negocios.

Se le denomina inglés profesional y académico IPA o ESP (English for Specific Purposes) al inglés que se usa en un ámbito específico, por ejemplo en la política, la milicia, el comercio, la religión, etc. En otras palabras, el IPA se refiere a un uso específico de la lengua que sirve para un fin concreto Alcaráz. (2000).

Dependiendo de su propósito, del entorno, y por quién que sea usado el inglés, será definido como la lengua de cierta especialidad.¹³

En el caso específico del presente estudio se hará énfasis en el inglés de los negocios y el inglés del comercio, debido a que esa es la aplicación de la lengua

¹²Marqués de Tamarón. (1995). *El peso del español en el mundo*. Valladolid. Universidad de Valladolid- Fundación Duques de Soria, ,

¹³ Alcaráz Varó, E. (2000). *El inglés profesional y académico*. Madrid: alianza editorial. P 17-18

que se le daría dentro de las pymes del sector de la producción de insumos industriales en Bogotá.

En cuanto al inglés de los negocios, según Alcaráz, (2000), “Es probablemente la variedad de IPA que cuenta con mayor tradición de estudio como lengua de especialidad ya que esta variante del inglés estuvo desde principios de siglo en los planes de estudio de las Escuelas de Comercio, debido sobre todo a que las relaciones comerciales con los empresarios de países con lenguas distintas se entendían casi siempre en inglés”¹⁴. Cabe anotar que el estudio del inglés con propósitos comerciales no tiene un origen reciente, y que ya en el pasado se podía prever su futura importancia en el ámbito del comercio y los negocios.

Es evidente que el inglés de negocios es indispensable para aquellos que deseen hacer negociaciones con empresas localizadas en países de habla no hispana; incluso si el país objetivo no es anglófono. Sin embargo, cabe anotar que no solo es relevante conocer y usar adecuadamente el inglés de negocios, sino también el inglés que se usa en el ámbito comercial; con respecto a ello Alcaraz. (2000) expone que: “El inglés comercial también es muy amplio, comprende el lenguaje de la correspondencia comercial, el del transporte y los seguros, el de la compra-venta de productos, tanto en los grandes mercados de primeras materias, como el marketing en los puntos de venta”. Así que el inglés de especialidad de enfoque comercial comprende tantas partes que tienen igual importancia y trascendencia que no debe ser entendido como un todo, sino como varias partes comprendiendo un gran universo en sí mismo.

Para finalizar este aparte, y a manera de conclusión es relevante mencionar que el desafío para los empresarios de las pymes es bastante grande, puesto que su objetivo no debería ser solamente lograr la competencia de usar el inglés como segunda lengua, sino también conocer y usar efectivamente el inglés de negocios,

¹⁴ Alcaráz Varó, E. (2000). El inglés profesional y académico. Madrid: alianza editorial. Ibíd. P 72

el inglés comercial y también el inglés técnico que comprende su actividad económica específica con el fin de obtener el mayor beneficio de esta habilidad.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, es relevante ahora comprender el rol que tiene la traducción de documentos en la vida actual y como ella permite derribar las barreras del lenguaje. A continuación se encuentra un concepto sobre la traducción y algunos apartes sobre algunos de los tipos de traducción más relevantes para el presente estudio.

La traducción de documentos

En la antigüedad, la traducción tomó importancia gracias a la necesidad de traducir obras literarias de lenguas conocidas como clásicas a lenguas modernas. Pero gradualmente, gracias a los procesos mencionados anteriormente tales como la vertiginosa expansión de las telecomunicaciones, la globalización, el comercio internacional entre otros factores, favorecieron a que la demanda de traducción se incrementara en términos exponenciales, ya no solamente en términos de la traducción literaria, sino en muchos otros ámbitos, por ejemplo las artes, la música, el comercio los negocios, las telecomunicaciones, todos los sectores de la industria, las relaciones interpersonales, etc.

Como lo afirma Yebra, V. (1994) “otro cambio casi revolucionario en el desarrollo histórico de la traducción en el siglo XX es el enorme incremento de la traducción científica, técnica y documental. Los avances de la técnica en nuestro siglo han sido prodigiosos. Y el desarrollo de las comunicaciones ha experimentado una aceleración constante.”¹⁵

Por esta razón la traducción y su estudio se afianzan cada vez de manera más evidente como una disciplina indispensable y así mismo como un medio para mejorar la comprensión y comunicación entre individuos.

Afirma Valero (1998) “La traducción es este sentido, funciona como puente para lograr la interculturalidad, es decir, lograr que eventos sociales, políticos, económicos, culturales, científicos, filosóficos, literarios, entre otros, sean difundidos cada vez con más rapidez y precisión alrededor del mundo, permitiendo a las comunidades humanas estar en contacto”¹⁶

¹⁵ Yebra, V. (1994) Traducción: Historia y teoría Editorial Credos, S.A. Madrid.

¹⁶ Garcés, V, De la Cruz, Il. (1998) Nuevas tendencias y aplicaciones de la traducción.

Para evidenciar la importancia de la traducción en el mundo actual, basta con ver la cantidad de universidades que ofrecen estudios de pregrado, posgrado y cursos abiertos de traducción, lo cual evidencia que la traducción es ahora un oficio de muchos, contrario a la situación que se evidenciaba unos siglos atrás, cuando la traducción era oficio exclusivo de unos pocos.

Sin embargo, debido a la demanda de traducción en nuestro mundo actual, la cual cada vez se hace más inabarcable, se han venido buscando soluciones a los diferentes desafíos que conlleva la traducción, algunos de estos desafíos, son la gran masa de documentos, y el incremento de documentos técnicos y científicos.

Uno de los apoyos para los traductores es conocido como traducción automática, esta ha venido siendo analizada y comparada con la traducción humana identificando los diferentes problemas que presenta este tipo de traducciones tales como: mantener el significado retórico del texto, es decir, que su significado conserve total fidelidad.

Según una declaración proporcionada por el Instituto de Tecnología de Massachusetts, "Las traducciones automáticas solo serán adecuadas cuando la máquina pueda comprender que es traducir", desafortunadamente, incluso para los seres humanos, el concepto de traducción es aún muy ambiguo y dista mucho de tener una definición por consenso de todos los estudiosos de la traducción.

Capítulo 3. Diseño de la investigación

Tipo de investigación

El enfoque de la presente investigación es cualitativo y a su vez cuantitativo. Se considera cualitativo debido a que la recolección de información se hará por medio de entrevistas personales y encuestas a algunos miembros de las juntas directivas de las empresas a estudiar con el fin de obtener información de fondo, con el fin de llegar a conocer a profundidad el tema de investigación, según Santana (2010). “La investigación cualitativa, también llamada interpretativa, es la alternativa más expedita de los investigadores sociales para interpretar y comprender la realidad circundante. Esta estrategia de investigación ha adquirido una extraordinaria importancia en las décadas recientes, ya que los profesionales de las Ciencias Sociales han aceptado y valorado la rigurosidad científica de los métodos cualitativos.”¹⁷

De la misma forma se considera cuantitativo puesto que los datos obtenidos mediante las entrevistas y las encuestas serán analizados por medio de cuantificaciones y porcentajes. De acuerdo con Hernández (2002), “La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede”¹⁸

Las empresas tomadas como muestra se dedican a la producción de insumos industriales, y todas se encuentran ubicadas en la ciudad de Bogotá, igualmente

¹⁷Santana L. (2010). La investigación cualitativa. Tomado de <http://la-investigacion-cualitativa.blogspot.com/>, el día 12 de abril de 2013.

¹⁸ Fernández P. (2002). Investigación Cualitativa y Cuantitativa. Tomado de http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

se hará una pequeña observación directa a cada una de ellas, con el fin de diagnosticar el estado del uso que hacen los empresarios de la segunda lengua.

Este estudio se llevará a cabo en algunas pymes del sector de producción de insumos industriales, localizadas en la ciudad de Bogotá, que tienen en común el hecho que todas se dedican a fabricar y comercializar sus productos y la mayoría tienen planes de exportación, algunas a mediano plazo y algunas otras a largo plazo.

El objeto del estudio es observar la frecuencia en que estas empresas reciben y/o envían información en alguna lengua extranjera, quien está encargado de realizar la tarea de interpretar y/o producir documentos en dicha lengua dentro de la misma empresa y de la misma forma identificar el nivel de efectividad que tiene la empresa ante estas situaciones.

La entrevista será el principal medio de recolección de información apoyado por una pequeña encuesta que revelara datos adicionales, en este caso se desarrollará un modelo de entrevista y encuesta el cual será aplicado a las empresas seleccionadas en la muestra, la entrevista y la encuesta se realizará a los círculos gerenciales de las empresas, y cabe anotar que todas las entrevistas serán realizadas en las instalaciones de cada empresa, lo que permitirá una observación un poco más amplia de las operaciones internas de cada una de las ellas.

Mediante este instrumento se busca identificar:

- El nivel de importancia que tiene el bilingüismo para una pequeña empresa en el ámbito nacional.
- Las expectativas que tienen estas empresas en cuanto a sus futuros planes de exportación, y la relación que tiene esto con el manejo de una segunda lengua.
- Las ventajas y desventajas que traería para una pyme tener al menos una persona capacitada en la competencia comunicativa en inglés.

- Que relevancia tiene capacitar a los empresarios en el manejo de una segunda lengua.

Finalmente, en cuanto al análisis de datos propuesto, al tratarse de un estudio de carácter cualitativo, se realizarán tablas comparativas para visualizar los datos obtenidos en la entrevista y la encuesta de una manera más ordenada para así poder identificar los patrones comunes que haya dentro de la información obtenida, cuáles son los puntos más destacados y cuáles son las variables menos importantes para de esta forma poder llegar a las conclusiones finales del proyecto.

Descripción de los participantes

Los participantes en este proyecto están divididos en dos grandes partes, en primer lugar se encuentran los empresarios de las pymes del sector de producción de insumos industriales en Bogotá, y así mismo algunos miembros de las juntas directivas de dichas empresas quienes son personas emprendedoras que tomaron los riesgos típicos de crear empresa en Colombia.

Ellos son en su mayoría ingenieros industriales, administradores de empresas y afines, puesto que dichas compañías se dedican a la producción y comercialización de piezas o insumos utilizados en la fabricación de otros productos terminados.

Fueron ellos escogidos como muestra debido a su rol como empresarios y directivos de las empresas, ya que son ellos quienes están empapados de los aspectos más importantes de la compañía y quienes pueden proporcionar una información más verás y de primera mano según sus experiencias.

El tamaño de la muestra son 34 empresas del sector de la producción de insumos industriales en Bogotá, dichas empresas fueron seleccionadas debido a que todas ellas tienen en común que no cuentan con más de 25 trabajadores.

Igualmente como participante del proyecto y cumpliendo el rol de investigadora, hace parte de este proyecto Gina Carolina Anzola Muete, estudiante de lenguas modernas de la Universidad EAN quien ha tenido contacto con este tipo de empresas desde su infancia debido a su entorno familiar debido a que su padre es un empresario en esta industria. Por esta razón, ha nacido su interés por conocer y analizar los conceptos relevantes a este tipo de compañías, y especialmente ahora, cuando se encuentra ad portas de la culminación de sus estudios de pregrado en la carrera de Lenguas Modernas.

Por este motivo y por la observación de las empresas a lo largo de sus estudios ha decidido abordar el tema de la importancia de una segunda lengua, como una forma de relacionar su entorno personal con los estudios que ha adelantado en la Universidad EAN.

Metodología

Se desarrollara un modelo de entrevista y de encuesta que pueda ser aplicado a todas las empresas y empresarios a estudiar. A continuación se procederá con la programación de citas con los contactos dentro de cada empresa para concretar fechas y empezar a proceder con la aplicación de las entrevistas y encuestas.

Una vez obtenida la información proveniente de las entrevistas y encuestas se procederá a analizar los datos recolectados, dicho análisis se realizará a través de la tabulación de los datos y la triangulación de la información obtenida mediante los instrumentos, y será posteriormente presentado en forma de graficas con el fin de mostrar de manera visual los puntos en común y las principales diferencias.

Posteriormente y con base en los resultados obtenidos durante el proceso de las visitas, las encuestas y entrevistas, y luego de haber analizado los datos, se presentarán las conclusiones y se dará respuesta a la pregunta de investigación.

Capítulo 4. Resultados

En el presente capítulo se muestran los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos de investigación. En este caso se aplicó un modelo de entrevista estándar a algunas PYMES del sector de la producción de insumos industriales en la ciudad de Bogotá; cada entrevista duró en promedio noventa minutos, y fue realizada a uno de los respectivos miembros de las juntas directivas de cada una de las compañías.

Igualmente se realizaron encuestas a los miembros de las juntas directivas de las compañías, de las cuales se obtuvieron datos que complementaron la información obtenida en las entrevistas anteriormente mencionadas.

Dentro de los resultados cabe destacar que el inglés demuestra su predominio entre los empresarios consultados, tanto por su aplicación en la actualidad, como por el interés que demuestran los empresarios por capacitarse en esta área. Así mismo es interesante observar que en ninguna de las empresas consultadas los directivos se sienten satisfechos con su nivel de manejo en una lengua extranjera, todos manifiestan el deseo de capacitarse o de mejorar su nivel actual.

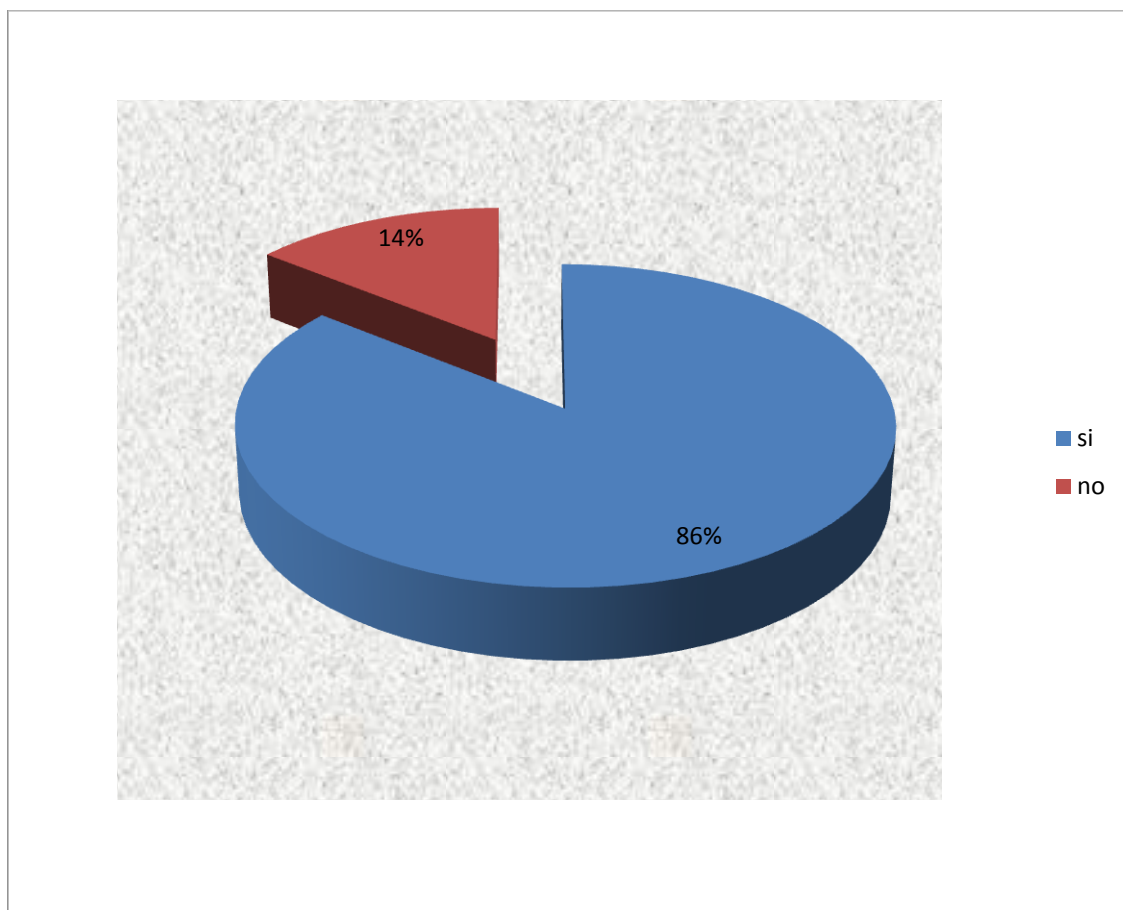
A pesar de que no todas las empresas tienen contacto frecuente con documentos en otros idiomas o personas de habla extranjera, la mayoría de las empresas concuerdan en afirmar que según su experiencia, el manejo de una segunda lengua, así como el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación representa un desafío, pero de la misma forma el hecho de ser proficientes en estas áreas representa para ellos un paso hacia la adaptación al mundo cambiante de hoy.

Es reconfortante pensar que el presente trabajo de investigación causó cierto impacto entre las empresas consultadas, muchos de los empresarios, después de la aplicación de las entrevistas afirmaron que, gracias a la indagación realizada por la presente investigación, se despertó en ellos el interés por asesorarse en el

tema de la capacitación en lenguas extranjeras, especialmente en el manejo del idioma inglés.

La presentación de la información recolectada se realizará mediante graficas, con el fin de presentar los datos de la manera más clara y concisa posible. Dichas graficas aparecen a continuación, e ilustran el producto de la tabulación de las respuestas obtenidas a través de los instrumentos aplicados y la posterior triangulación de los resultados de los instrumentos aplicados.

Figura 1. Personal con conocimiento de una segunda lengua



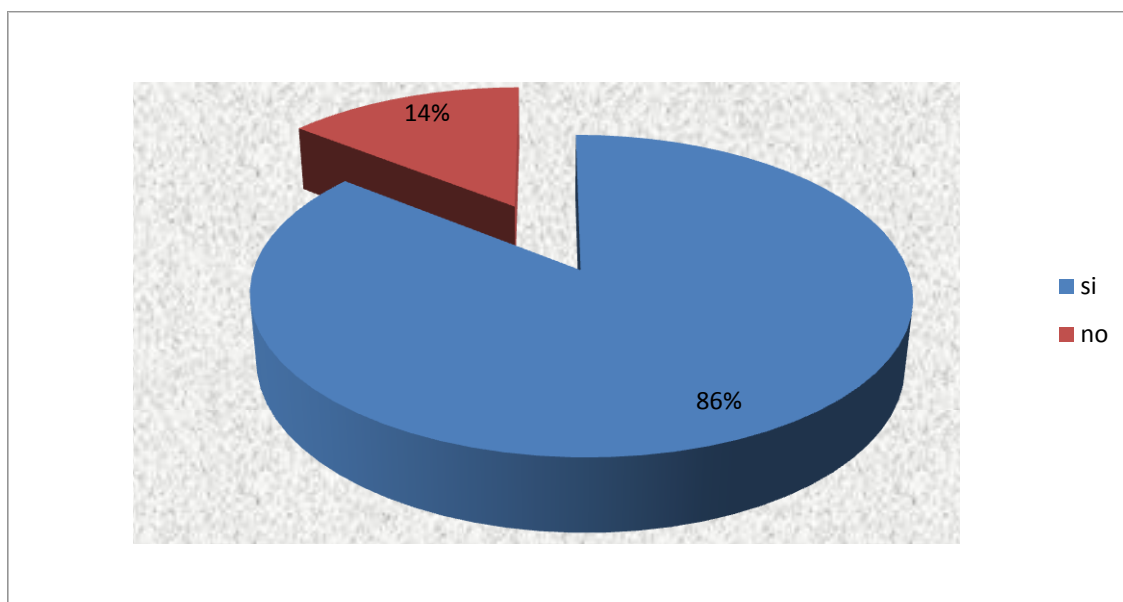
1

Fuente: Elaboración de la autora

Las empresas tenidas en cuenta para el presente estudio se encuentran constituidas en la ciudad de Bogotá, todas ellas se dedican a la manufactura de insumos industriales, y cuentan con un promedio de 27 empleados. Del total de las empresas estudiadas, solamente el 71% de ellas cuentan con alguna persona que en cierta medida maneja el idioma inglés, y únicamente el 29% de ellas cuenta con una persona dedicada únicamente a la traducción y la comunicación en otros idiomas, tal como se evidencia en la figura 1. “Tenemos una señorita que se dedica a enseñarnos inglés a los miembros de la junta directiva y ella también tiene conocimientos de portugués y le enseña a nuestra socia y jefe de recursos humanos” (E4).

Según Pérez, V.¹⁹ (2010) “es fundamental que las empresas apliquen al proceso de traducción el mismo grado de calidad que aplican al producto. De esta manera, obtendrán traducciones de calidad que reforzarán la buena imagen de sus empresas y garantizarán la satisfacción del cliente”.

Figura 2. Información recibida que requiere traducción



Fuente: Elaboración de la autora

¹⁹ Pérez, V. (2010). La importancia de la traducción en el mundo empresarial. Tomado de: <http://vperezvap.com/importancia-de-la-traducion-en-el-mundo-empresarial/>, el día 24 de abril de 2013.

El 86% de las empresas reciben información que debe ser traducida, dicha información normalmente se traduce del inglés al español, dicha traducción se realiza de la siguiente manera, el 71% de las empresas interpreta la información mediante alguno de los miembros de sus respectivas juntas directivas, el 7.25% de las empresas hace uso de un traductor en línea, el 7.25% de las empresas cuenta con una persona capacitada en este tipo de tareas, finalmente el 14.5% no recibe información que requiera ser traducida.

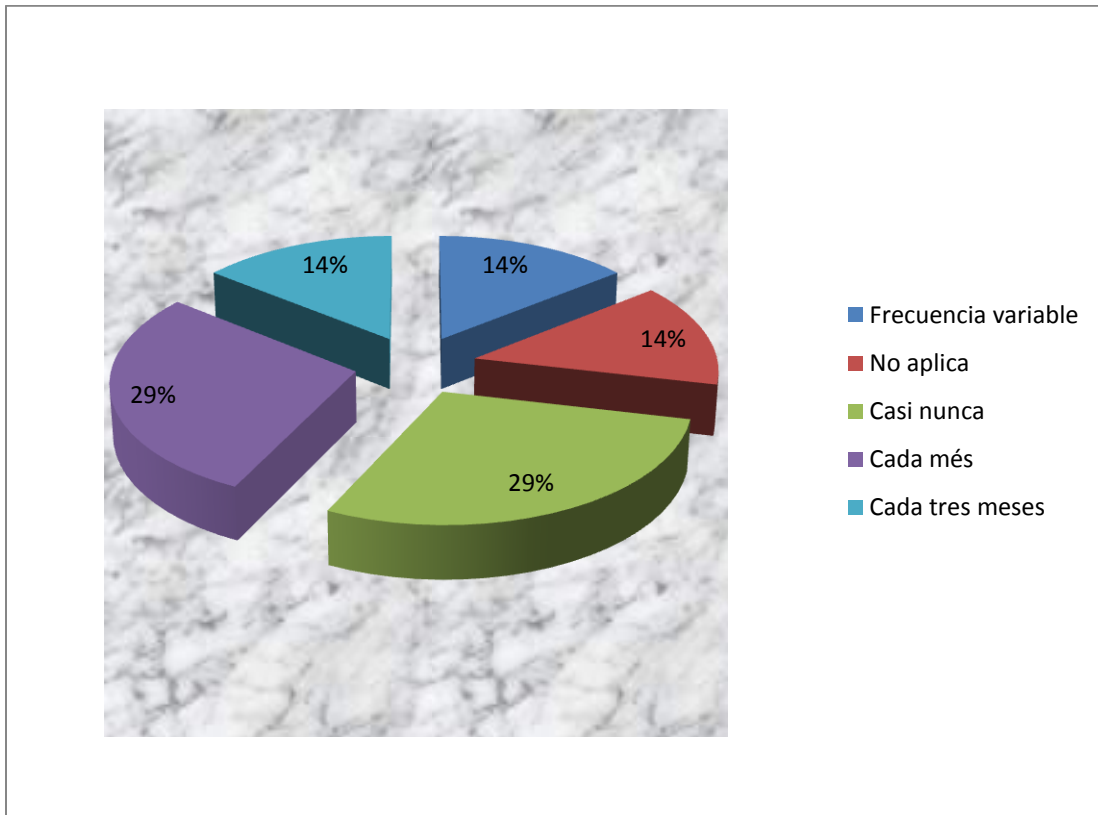
Como podemos observar en la figura 2, un gran porcentaje de las empresas consultadas tiene contacto con medios escritos que requieren ser traducidos, esto demuestra la importancia que tiene la traducción para estas empresas.

“Recibimos catálogos de todos los proveedores aunque ya algunos vienen en español, antiguamente solo venían en inglés; entonces a veces nos toca traducirlos para poder darle especificaciones a los clientes. Como te conté antes la asistente que tenemos en este campo se encarga de hacer las traducciones pertinentes.”(E5)

Según DNA Translation (2010), “Es evidente que, para poder compartir información con los clientes potenciales y prospectos, hay que hablarles en su propio idioma y emplear terminología con la que estén familiarizados. Esto creará una sensación de seguridad y confianza”.²⁰

²⁰ DNA Translation, (2010) La importancia de la traducción en el contexto empresarial. Recuperado de: <http://elempresario.mx/empresas/importancia-traduccion-contexto-empresarial>

Figura 3. Frecuencia en que se recibe información a traducir



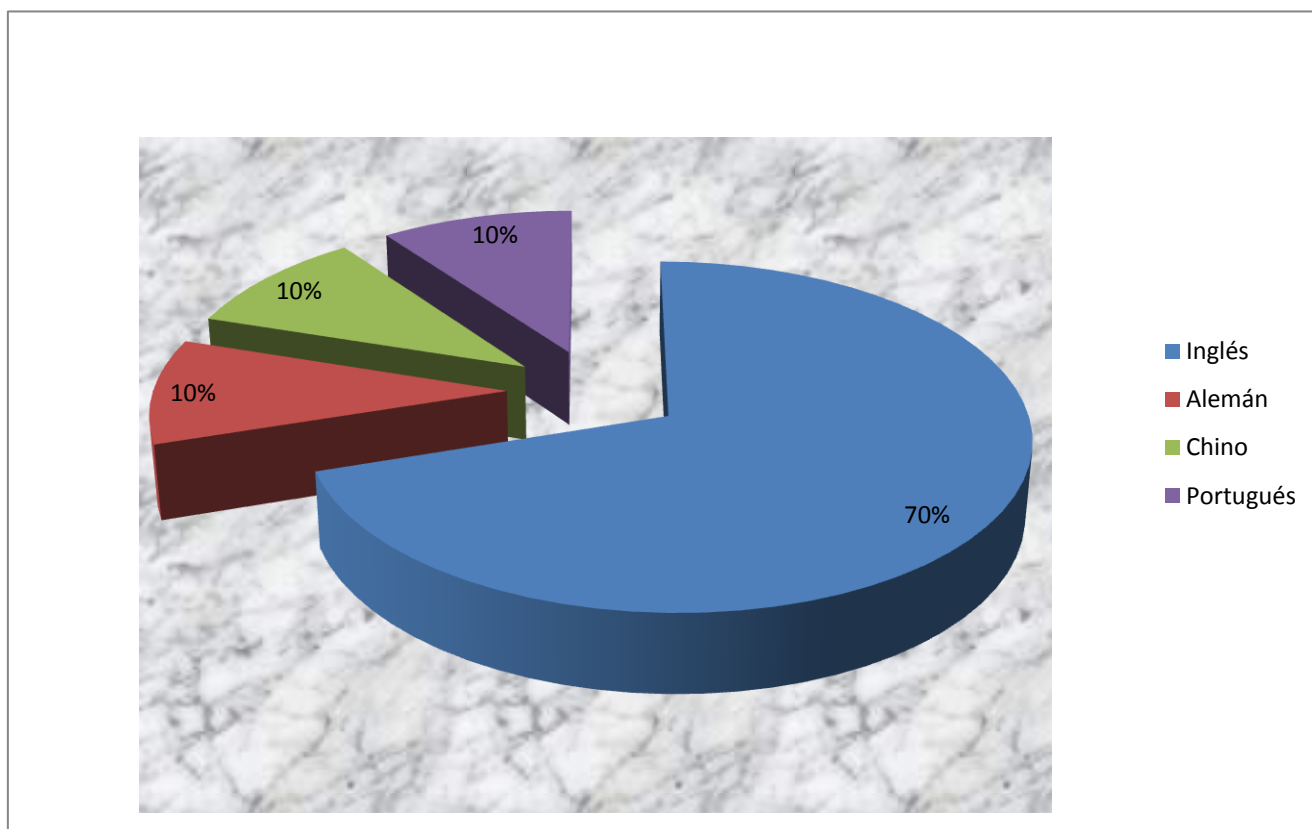
Fuente: Elaboración de la autora

La grafica número 3 permite inferir que las empresas no reciben información que deba ser traducida muy frecuentemente, solo el 29% de ellas reciben información de manera mensual, el 14% de las empresas recibe información a traducir cada tres meses, para el 14% de las compañías la frecuencia es variable, y finalmente en el 29% de las compañías nunca se recibe información en otra lengua.

Uno de los empresarios entrevistados afirma que “La verdad casi nunca recibimos este tipo de información, ya que como te dije anteriormente nuestro proveedor en Alemania no sé si afortunada o desafortunadamente habla perfecto español y con otro tipo de documentos me ayudo de programas de Internet que con sus fallas y todo me da una idea general de lo que dice el documento”. (E4).

De lo anterior podemos concluir que la estrategia que usan para entender la información que reciben en otros idiomas es la traducción en línea, sin embargo dicho tipo de traducción normalmente presenta fallas. De acuerdo con DNA Translation (2010), “Existen muchos ejemplos de negocios que fracasan debido a malentendidos culturales y lingüísticos. Es importante evitar estos malentendidos y buscar un servicio profesional de traducción que sea capaz de adaptar la estrategia de comunicación de la empresa”.²¹

Figura 4. LENGUAS EN CONTACTO CON LAS EMPRESAS



Fuente: Elaboración de la autora.

²¹ DNA Translation, (2010) La importancia de la traducción en el contexto empresarial. Recuperado de: <http://eempreario.mx/empresas/importancia-traduccion-contexto-empresarial>

El cien por ciento de las empresas consultadas para la presente muestra afirmaron tener algún tipo de contacto con el idioma inglés; sin embargo, algunas de ellas afirmaron tener también contacto con otras tres lenguas, el Alemán, el Chino y el Portugués.

Como se observa en la figura 4, es incuestionable la importancia del inglés, es definitivamente la lengua extranjera más usada en el contexto empresarial en Colombia, sin embargo algunas lenguas tienen algún grado de importancia, aunque están lejos del primer lugar ocupado por el inglés.

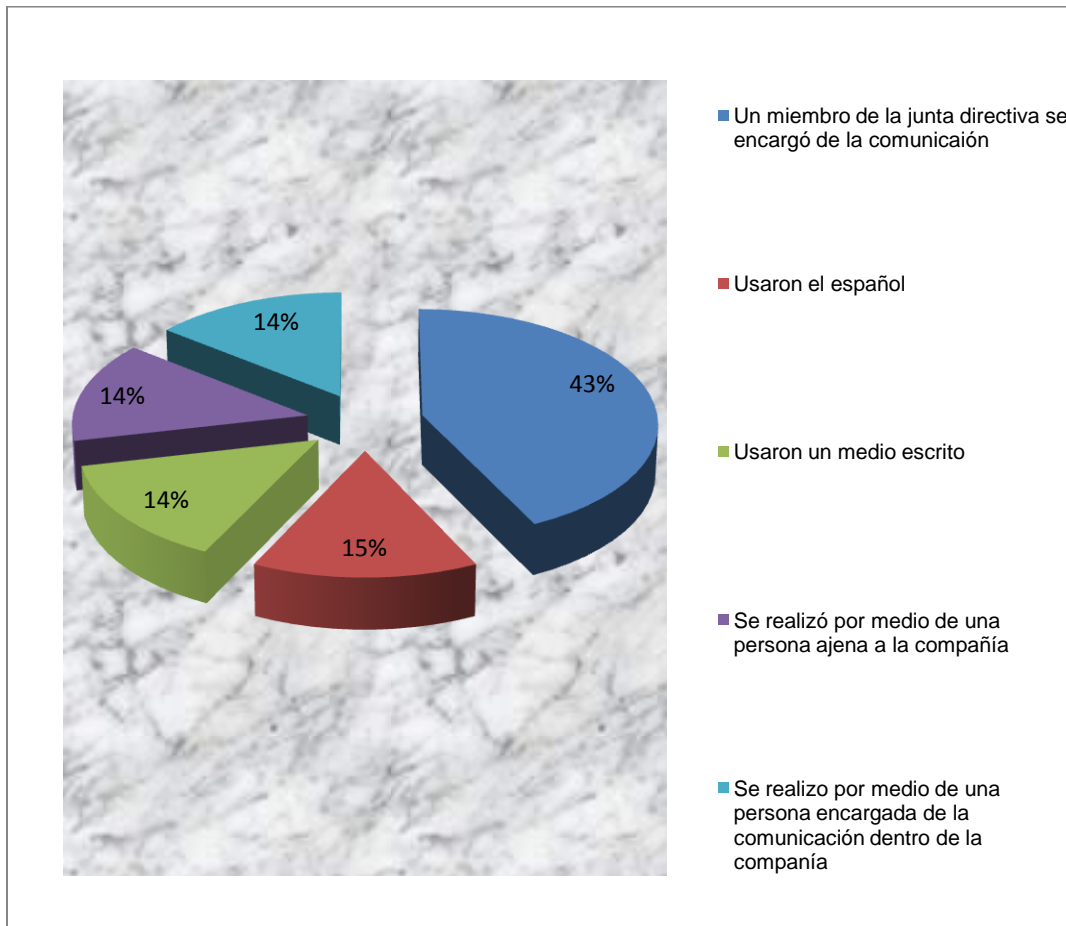
“Es importante para nosotros porque recibimos constantemente información de algunos accesorios que no se consiguen en el mercado colombiano y son importados. Y por otra parte, hace unos años tuvimos la experiencia de presentar nuestra empresa en una feria en Holanda, eso obviamente nos exigió presentar nuestra empresa y nuestros productos en inglés.” (E1)

Como se evidencia en la anterior afirmación, en algunos momentos su empresa tiene contacto con otras lenguas; sin embargo, la mayoría de las veces la lengua que se usa es el inglés.

“La importancia del inglés en la actualidad está haciendo que deje de considerarse como una alternativa y complemento a la formación, y pase a ser una exigencia formativa a nivel personal para poder lograr un desarrollo completo en muchos campos de la vida, como el profesional, el académico e incluso el personal”.²²

²² Sanjuán J. (2011) La importancia del inglés en la actualidad. Recuperado de <http://www.euroinnova.es/11-6-10/LA-IMPORTANCIA-DEL-INGLES-EN-LA-ACTUALIDAD>. Consultado el 18 mayo de 2013.

Figura 5. Estrategias para la comunicación con personas de habla extranjera



Fuente: Elaborado por la autora

Para el presente tema, el resultado muestra que el 100% de las compañías tenidas encuentra para el presente estudio revelaron que al menos una vez han tenido contacto verbal con una persona de habla extranjera, en el 43% de las compañías los miembros de sus juntas directivas se encargaron de la comunicación.

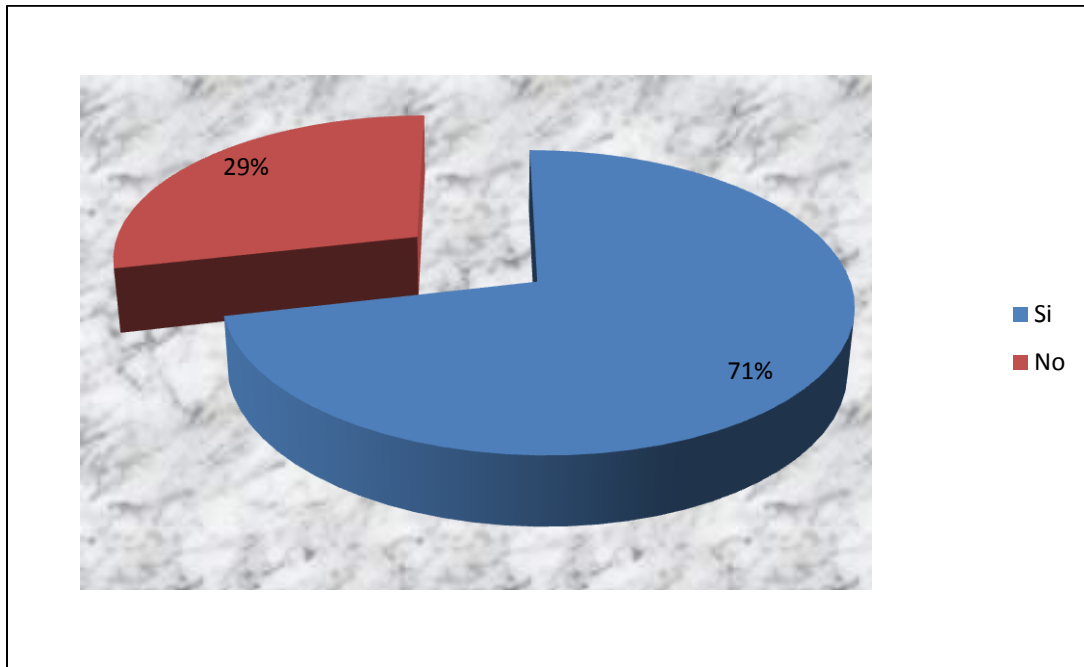
Como puede apreciarse en la figura número 5, en el 14% de los casos la comunicación oral se tornó imposible por lo que se recurrió al correo electrónico, el 14% de las compañías recurrió a una persona externa no especializada, y el 14%

lo realizó la persona encargada de la comunicación dentro de la compañía. Es interesante el hecho que menos de la mitad de las empresas consultadas pudieron manejar la situación por sus propios medios, en muchos casos tuvieron que recurrir al español porque la comunicación en inglés resulto una tarea imposible, como afirma: “alguna vez que hubo un problema con el despacho de un pedido que se hizo a nuestro principal proveedor, mi hijo se encargo de hacer la llamada pero igual fue bastante complicado para él, hasta que al fin nos contactaron con un vendedor que hablaba español”. (E7)

Así mismo “La gran mayoría de esos mismos encuestados, sin embargo, también expresaron que su nivel de inglés actual era insuficiente para tener éxito en sus puestos actuales. En resumen, el 91 % de los encuestados expresó que el inglés era "esencial" o "importante", pero sólo el 9 % expresó que su nivel actual era suficiente para realizar sus labores. Este es un vacío de habilidades grande y costoso”²³ García, D (2008).

²³ García, D, Aumento dramático en la necesidad de inglés en los negocios. (2008) Recuperado de: <http://www.classroom20.com/profiles/blogs/aumento-dramatico-en-la>. consultado 22 de mayo de 2013.

Figura 6. Segunda lengua como ventaja competitiva



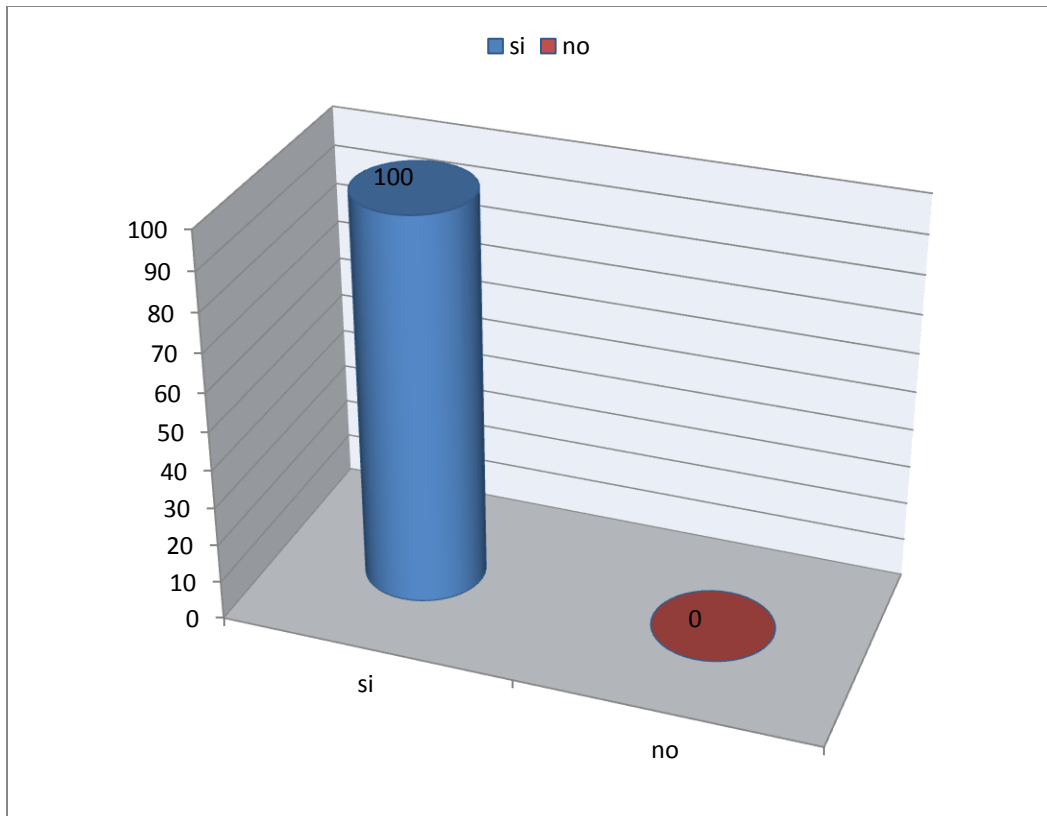
Fuente: Elaboración de la autora

Según la gráfica número 6, el 71% de las empresas consultadas considera el manejo de una segunda lengua como una ventaja competitiva. Mientras el 29% no lo considera un factor relevante en cuanto a su competitividad. Es interesante observar que la mayoría de las empresas consideran el manejo del inglés como una ventaja competitiva, por ejemplo: “Si claro, igual por cultura general uno debería conocer al menos otro idioma, aunque fuera el inglés porque somos conscientes que hay que adaptarse a los cambios que ha habido en el mundo, y la tendencia ahora es la globalización, y no hay manera de adaptarse si uno está excluido por el idioma, lo ideal sería capacitarnos”. (E7)

De igual forma como lo expresa Baird (2011) “El inglés es el idioma principal del mundo de los negocios en todo el planeta. La mayoría de las transacciones comerciales internacionales están escritas en inglés, entre las que podemos mencionar correos electrónicos, memorándums, informes y contratos”.²⁴

²⁴ Baird, J. (2011) Ventajas de aprender inglés. Recuperado de: http://www.ehowenespanol.com/ventajas-aprender-ingles-sobre_41747/. Consultado 23 de mayo

Figura 7. Nivel de satisfacción con el manejo de una segunda lengua en la empresa



Fuente: elaboración de la autora

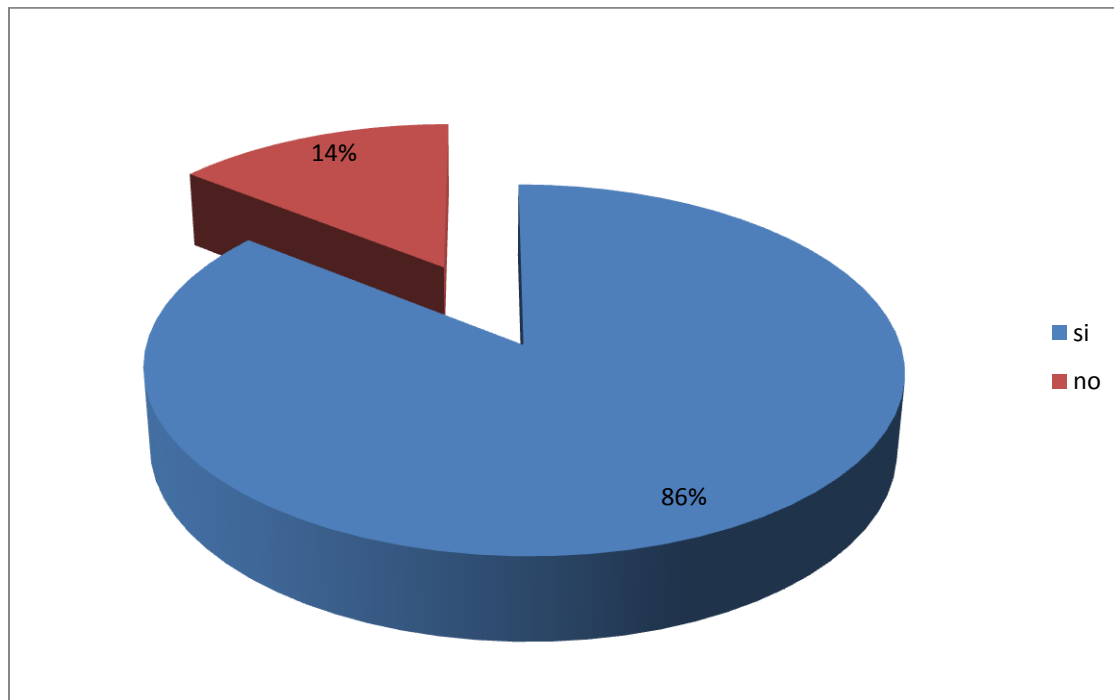
Como se observa en la figura 7. entre todas las empresas consultadas, el 0%, es decir en ninguna empresa se sienten satisfechos con el nivel de manejo de una segunda lengua, esto quiere decir que en todas ellas el manejo de la lengua extranjera es una competencia deseable y no se encuentra en un punto satisfactorio.

Según Castañeda (2013) “Aprender un idioma nuevo es ampliar la percepción del mundo, ya que es la llave de acceso a un sinfín de oportunidades que, poco a poco, aparecen al poder desenvolverse cada vez en más idiomas”.²⁵

de 2013.

²⁵ Castañeda, G. Importancia del inglés en las empresas. Recuperado de: <http://www.infored.com.mx/a/la-importancia-del-ingles-en-las-empresas---iul.html>.

Figura 8. Importancia de la capacitación en el manejo de una segunda lengua



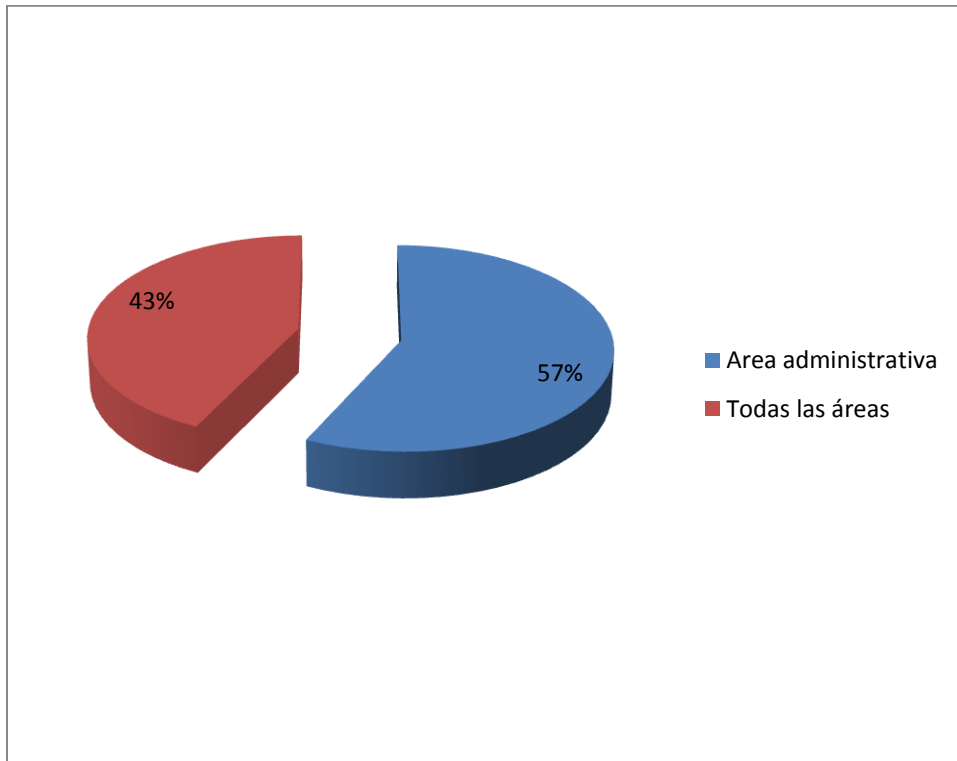
Fuente: Elaboración de la autora

Según la figura 8, el 86% de la población afirma que es importante la capacitación en el manejo de una segunda lengua en su empresa. Sin embargo, el 14 por ciento de los encuestados afirmó no estar interesado en este tipo de capacitación.

Según Santana (2002) “La importancia que tienen los idiomas en las empresas trae consigo que las metodologías sobre idiomas de hoy en día tiendan a moldearse de acuerdo con los cambios rápidos y repentinos que la economía internacional demanda, es por ello que mediante este trabajo se busca facilitar a través de técnicas el aprendizaje de idiomas y así mismo permita cambiar la actitud hacia ellos.”²⁶ Al observar la grafica entonces es posible concluir que para la mayoría de los empresarios consideran el tema del manejo de una segunda lengua como un tema relevante para su desarrollo cultural y económico.

²⁶ Santana, F. (2002) Importancia de la capacitación de idiomas en el grupo corporativo. Disponible en: <http://eprints.uanl.mx/2441/1/1020148485.PDF> consultado el 1 mayo de 2013.

Figura 9. Tipo de personal a capacitar



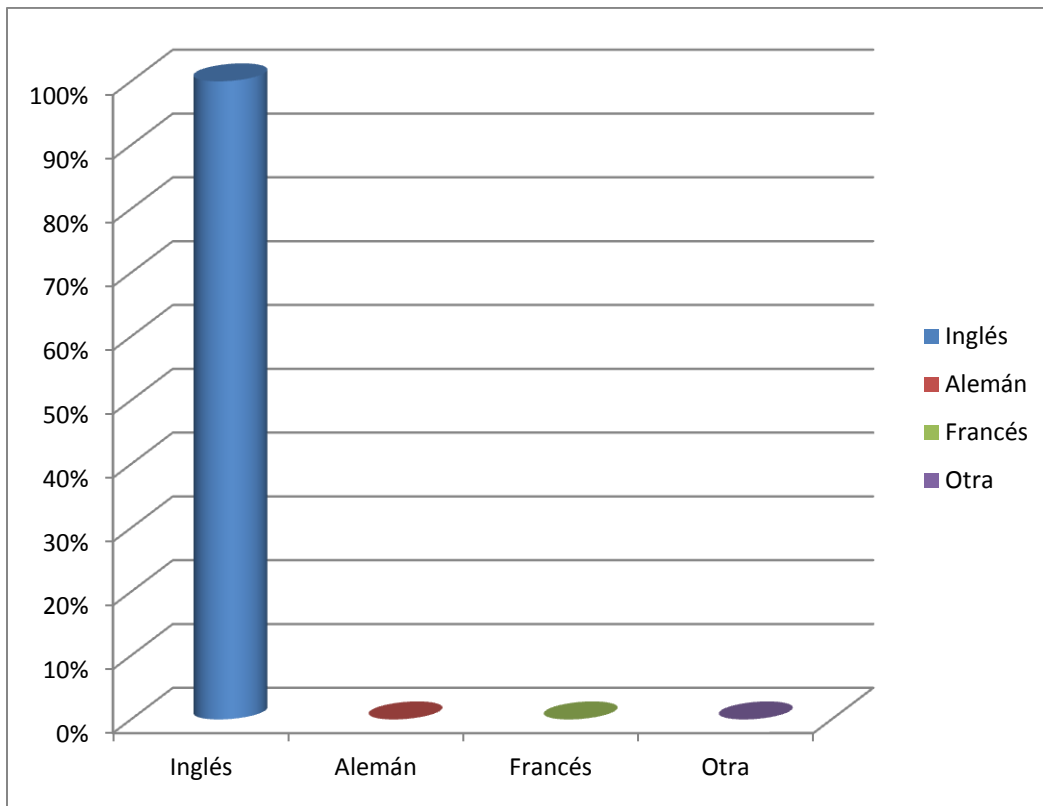
Fuente: Elaboración de la autora

La mayor parte de las empresas consideran más importante capacitar al área administrativa que a las demás áreas de la compañía, mientras que las empresas restantes consideran que la capacitación debería hacerse para todas las áreas de la compañía por igual.

Según lo observado en la figura 9, el 57% considera relevante la capacitación del área administrativa, mientras que el 43% considera que todas las áreas deberían ser involucradas en el proceso.

Al ser el área administrativa la que con más frecuencia se encuentra expuesta a recibir información en otras lenguas, es entendible que los empresarios en su mayoría consideren más importante la capacitación en una lengua extranjera en dicha área.

Figura 10. Lenguas de interés



Fuente: Elaborado por la autora

Como se puede observar en la figura 10, La lengua más atractiva para los empresarios del sector de producción de insumos industriales en Bogotá es el inglés, aunque hay empresas que afirmaron tener contactos en países no anglófonos.

Según uno de los empresarios, “el español es el predominante, pero también nos ha tocado defendernos con el inglés porque de Estados Unidos importamos todo lo que es el cable y algunos accesorios, de China se traen algunos aparatos pero la verdad con ellos todo se hace en inglés y a veces hasta en español y el portugués por la alianza que tenemos con Leucotron”. (E6)

A pesar del contacto que existe entre países de habla diferente al inglés, los empresarios consideran al inglés como la lengua más importante, y es por consiguiente, la lengua más llamativa para ellos.

Capítulo 5. Conclusiones

La mayoría de las empresas coincidieron en afirmar que consideran el manejo de una segunda lengua muy importante, debido a que la exportación se encuentra dentro de sus planes futuros; sin embargo aun existe un pequeño porcentaje de empresas que consideran que la proficiencia en una lengua extranjera no es tan indispensable, puesto que dentro de sus expectativas de exportación a corto plazo solo se encuentran países de habla hispana y en algunos casos estas empresas no están dispuestas a exportar.

Para la mayoría de las empresas consultadas no es indispensable el manejo de una segunda lengua a corto plazo, sin embargo consideran relevante la capacitación en dicha área debido a que de una u otra forma la mayoría de estas empresas tienen algún tipo de contacto con alguna lengua extranjera, Según los empresarios, en la mayoría de empresas hay al menos una persona con cierto nivel de manejo del idioma inglés, lo que les ha valido para comunicarse con sus contactos en el exterior. Sin embargo ninguno de los empresarios se siente a gusto con el nivel de lengua extranjera que tienen en su empresa. Por esta razón, todos los empresarios se sienten atraídos por la capacitación en el manejo de una lengua extranjera, especialmente el inglés.

El inglés es la lengua de mayor interés para los empresarios, debido a que la mayoría de las comunicaciones que tienen con países de habla extranjera se realizan en inglés, aunque algunas empresas afirman que tienen contacto con otras lenguas.

Para todas las empresas, la frecuencia en que reciben información en otros idiomas es variable, es decir no reciben información en otras lenguas de una manera constante, sin embargo para un pequeño porcentaje de estas empresas este tipo de comunicaciones es recibido de manera mensual. Cabe anotar que en un pequeño porcentaje de las empresas, ya se han tomado medidas acerca de la capacitación en el manejo del idioma inglés, dichas medidas tienen que ver con

una persona contratada por ellos para capacitar al personal en el uso del inglés dentro de las instalaciones de la compañía.

En todas las empresas han tenido contacto verbal con personas de habla extranjera, en algunos casos los extranjeros hablaban en cierto grado el español, lo que facilitó la comunicación, pero en los demás casos dicha comunicación se llevó a cabo en inglés, en todos los casos esta tarea se llevó a cabo por el gerente de la compañía o uno de los miembros de la junta directiva. Aunque afirman que su nivel de desempeño en la lengua inglesa deja mucho que desear, la comunicación se logró y fue efectiva. Sin embargo un pequeño porcentaje de empresas afirman haber tenido la necesidad de buscar una persona externa a la compañía para realizar este trabajo. Como resultado los empresarios afirman no estar satisfechos con esta acción puesto que consideran que este tipo de relaciones son importantes y deberían ser capaces de hacerlo por ellos mismos.

Algunas de las empresas visitadas afirman haber hecho uso de los traductores automáticos y se sienten conformes con los resultados de esta traducción pues afirman que les dió al menos la idea principal del texto, igualmente uno de los entrevistados tuvo una experiencia con una persona cercana que le hizo una traducción, pero él no se sintió satisfecho con este servicio debido a que él piensa que el traductor no debe tomar el papel de protagonista a la hora de traducir.

Un gran porcentaje de los participantes consultados coinciden en afirmar que son conscientes de que de un buen manejo de una segunda lengua, en este caso del idioma inglés, les daría una ventaja competitiva, puesto que afirman que las oportunidades aparecen de la nada, y que consideran que es mejor para ellos y para sus negocios estar preparados.

La mayoría de los empresarios afirman que son conscientes acerca de los cambios que se vienen presentando en el mundo, los procesos de internacionalización y globalización, y que la única opción de supervivencia en el mercado es integrarse a las tendencias actuales para no quedarse relegados en el

pasado, La mayoría de ellos percibe el manejo de una segunda lengua como una ventana hacia el porvenir y las oportunidades que se puedan presentar.

El objetivo de la presente investigación fue cumplido, se logró demostrar que las PYMES del sector de la producción de insumos industriales en Bogotá efectivamente hacen uso de una segunda lengua, de igual forma se puso en evidencia la frecuencia con que los empresarios tienen que hacer uso de ella, también se logró establecer que el nivel del manejo de lengua extranjera en este tipo de empresas no es el ideal según su propia percepción. Es grato observar como algunos de ellos incluso ya están en el proceso de capacitarse en este tema y los empresarios que aun no lo están haciendo, están tomando conciencia de la importancia que tendría para ellos no solo a nivel económico, sino cultural.

Finalmente, pero no menos importante, se ha logrado crear un ápice de curiosidad entre los empresarios que habían ignorado este tema anteriormente, a partir de la aplicación de las encuestas y entrevistas se pudo observar un cambio de actitud hacia las lenguas extranjeras. Es grato pensar que se ha dado un primer paso hacia la toma de conciencia sobre la importancia a nivel cultural que tiene para ellos el capacitarse, según lo expresado por ellos mismos al final de la aplicación de los instrumentos de investigación, especialmente las entrevistas.

Lista de referencias

- Alcaráz Varó, E. (2000). El inglés profesional y académico. Madrid: Alianza editorial. Ibíd. P 72
- Alcaráz Varó, E. (2000). El inglés profesional y académico. Madrid: Alianza editorial. P 17-18
- Altablero (2005). Ministerio de Educación Nacional, Republica de Colombia. Colombia Bilingüe recuperado de:
<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97945>.
- Diccionario de La Real Academia de La Lengua Española en línea. Tomado de: <http://lema.rae.es/drae/?val=globalizaci%C3%B3n>, Consultado 19 de abril de 2013.
- Fernández P. (2002) Investigación Cualitativa y Cuantitativa. Tomado de http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp
- Fuentes, J. (2004). Comunicación estudio del lenguaje. Barcelona: Industrias graficas mármol.
- Garcés, V. De la Cruz, LL. (1998) Nuevas tendencias y aplicaciones de la traducción.
- Gutiérrez, M. Importancia del lenguaje en el contexto de la aldea global. Horizontes educacionales en línea, Consultado el 29 de abril 2013. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/979/97916218008.pdf> Ibíd. P 103
- Gutiérrez, M. Importancia del lenguaje en el contexto de la aldea global. Horizontes educacionales en línea, Consultado el 29 de abril 2013. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/979/97916218008.pdf> P 99
- Marqués de Tamarón (1995). El peso del español en el mundo. Valladolid. Universidad de Valladolid- Fundación Duques de Soria.
- Pérez, V. (2010). La importancia de la traducción en el mundo empresarial. Tomado de: <http://vperezvap.com/importancia-de-la-traduccion-en-el-mundo-empresarial/>, el día 24 de abril de 2013.

- Portafolio en línea. 2013, fecha de consulta mayo 14 de 2013. Publicación semanal. Disponible en: <http://www.portafolio.co/portafolio-plus/idiomas-mas-hablados-del-mundo>.
- Portales, C. (2002) Derecho Mercantil, Nociones Básicas y Generales. Ciudad de Juárez: Universidad Autónoma de Juárez.
- Ramos, K. (2007) Los idiomas y la globalización. Periódico Online La nación. Recuperado de http://www.nacion.com/In_ee/2007/julio/05/opinion1156407.html.
- Santana L. (2010). La investigación cualitativa. Tomado de <http://la-investigacion-cualitativa.blogspot.com/>, el día 12 de abril de 2013.
- Sierra, F. Sierra L. (2002). Comunicación, cultura y globalización. Bogotá: Centro Editorial Javeriano.
- Siguán, M. (2001). Bilingüismo y lenguas en contacto. Madrid: Alianza Editorial.
- Yebra, V. (1994) Traducción: Historia y teoría Editorial Cremos, S.A. Madrid.
- Yuko G y Kendy Hauta, (2006). Bilingualism and second language acquisition. (P. 115) USA Blackwell publishingLtd.

Anexos

Modelo de entrevista

ENTREVISTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE UNA SEGUNDA LENGUA EN LAS PYMES DEL SECTOR DE PRODUCCION DE INSUMOS INDUSTRIALES EN BOGOTA

El objetivo de la presente encuesta es identificar el grado de importancia del manejo de una segunda lengua para las dichas compañías. De antemano agradezco su tiempo y colaboración.

Pregunta 1

- ¿Hay en su empresa una persona que maneje una segunda lengua?

Pregunta 2

- ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción?
- ¿Qué hacen en estos casos?

Pregunta 3

- ¿Con qué frecuencia tienen que enfrentarse a este tipo de documentos?

Pregunta 4

- ¿Aparte del español con que otros idiomas tienen contacto?

Pregunta 5

- ¿Alguna vez ha tenido contacto verbal con personas de habla extranjera?

Pregunta 6

- ¿Considera que el uso de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva?

Transcripción de entrevistas

ENTREVISTA 1

HELBERT & CIA.

FECHA ENTREVISTA: 26 abril de 2013

HORA ENTREVISTA: 3:00 p.m.

DURACION ENTREVISTA: 1 hora y 25 min.

LUGAR DE LA ENTREVISTA: Helbert & Cía.

1. ¿Hay en su empresa alguna persona que maneje una segunda lengua?

Si, tres miembros de la junta directiva hablan inglés y uno de ellos habla también alemán, entonces ellos son los encargados de traducir e interpretar la información cuando es necesario.

2. ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción? ¿Qué hacen en este caso?

Si pues principalmente son catálogos y manuales de operación de algunos productos extranjeros que manejamos, estos catálogos a veces hay que traducirlos para que el área comercial no tenga problemas especialmente con los clientes nuevos. Y algunas de las maquinas que utilizamos en la planta de producción, como han sido importadas, también han requerido la traducción de sus manuales de operación. En estos casos se ha recurrido a las personas que hablan inglés dentro de la compañía.

3. ¿Con que frecuencia tienen que enfrentarse este tipo de documentos?

Cada vez que nos llegan pedidos de Estados Unidos, la frecuencia varía mucho de mes a mes algunas veces los distribuidores envían cartas o algunas ofertas con descuentos y eso, entonces, como dije antes, la frecuencia es difícil estimarla por que hay meses que hay muchas cosas y algunos que no llega nada.

4. ¿Aparte del español, con que otros idiomas tienen contacto?

Pues, principalmente español aunque a veces manejamos ingles por que como lo dije anteriormente, los productos importados que comercializamos vienen de Estados Unidos.

5. ¿Alguna vez han tenido contacto verbal con personas de habla extranjera?

Si cuando expusimos en la feria en Holanda, hubo que hacer una presentación de la compañía y de nuestros productos, se eso se encargó uno de los miembros de la junta directiva quien fue el viaje junto con el gerente de la compañía.

6. ¿Considera que el manejo de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva?

Es importante para nosotros porque recibimos constantemente información de algunos accesorios que no se consiguen en el mercado colombiano y son importados. Y por otra parte, hace unos años tuvimos la experiencia de presentar nuestra empresa en una feria en Holanda, eso obviamente nos exigió presentar nuestra empresa y nuestros productos en inglés.

ENTREVISTA 2

PROYECMODA QUIT

FECHA ENTREVISTA: 29 abril de 2013

HORA ENTREVISTA: 2:00 p.m.

DURACION ENTREVISTA: 1 hora y 30 min.

LUGAR DE ENTREVISTA: Proyecmoda Quit.

Comercializadores, distribuidores y confeccionistas.

1. ¿Hay en su empresa alguna persona que maneje una segunda lengua?

La empresa cuenta con dos personas que manejan inglés, pero no son especializadas.

¿Quiénes son?

El dueño de la empresa y la gerente de mercadeo.

2. ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción? ¿Qué hacen en estos casos?

La Cámara de Comercio brinda una ayuda a las empresas que quieren exportar, así cuando hay ruedas de negocios ofrecen los servicios de una persona especializada para que asesore la empresa en el idioma que se necesite y cuando les envían documentos todos les llegan traducidos al español.

3. ¿Con que frecuencia tienen que enfrentarse a este tipo de documentos?

Ninguna ya que la Cámara de Comercio presenta los documentos de las ruedas de negocios en español ya traducidos y los manuales de las maquinas ya vienen en varios idiomas, incluyendo el español.

4. ¿Aparte del español, con que otros idiomas tienen contacto?

Se maneja ingles únicamente y por el momento.

5. ¿Alguna vez han tenido contacto con una persona de habla extranjera?
¿Qué hicieron en este caso?

Si pero afortunadamente con estas personas que han hablado también manejan el español.

6. ¿Considera que el manejo de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva a la hora de hacer una negociación internacional?

La importancia de una segunda lengua para la empresa básicamente seria para exportar y abrirse a un mercado internacional, ya que es un requisito que cada prenda tenga sus instrucciones de lavado en dos idiomas.

ENTREVISTA 3

EMPRESA INSUPRET LTDA.

FECHA DE LA ENTREVISTA: 3 de mayo del 2013

HORA DE LA ENTREVISTA: 3:00p.m.

DURACIÓN DE LA ENTREVISTA: 1 hora

LUGAR DE LA ENTREVISTA: Insupret Ltda.,

Insupret Ltda., es una empresa dedicada a la fabricación de insumos para confección.

1. ¿Hay en su empresa alguna persona que maneje una segunda lengua?

No, no contamos con una persona que maneje segunda lengua dentro de la empresa, digamos que se maneja un nivel básico.

2. ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción? ¿Qué hacen en estos casos?

La verdad no es con mucha frecuencia que recibimos documentos en otro idioma y los pocos que recibimos los traducimos entre los directivos que somos los que tenemos más o menos conocimientos de inglés.

3. ¿Con que frecuencia tienen que enfrentarse a este tipo de documentos?

En muy pocas ocasiones por lo que únicamente trabajamos con proveedores y clientes colombianos.

4. ¿Aparte del español, con que otros idiomas tienen contacto?

Aparte del español, únicamente el inglés.

5. ¿Alguna vez han tenido contacto con una persona de habla extranjera? ¿Qué hicieron en este caso?

Si, aunque muy pocas veces. Han sido con personas que hablan inglés y gracias a Dios yo y el Jefe de producción nos defendemos más o menos en inglés.

6. ¿Considera que el manejo de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva?

Si, lo consideramos muy importante, y no solo para nuestra empresa, creo que lo es para cualquier empresa puesto que ahora la mejor iniciativa para que una compañía siga adelante a la hora de importar y exportar y es obvio que estos negocios siempre se manejan en otros idiomas y para esto es muy útil conocer otro idioma.

ENTREVISTA 4

EMPRESA TUBINCOL LTDA.

FECHA ENTREVISTA: 7 de mayo 2013

HORA DE ENTREVISTA: 2:05 p.m.

DURACION ENTREVISTA: 2 horas

LUGAR DE LA ENTREVISTA: Empresa Tubincol Ltda.

Fabricación y comercialización de tubos de PVC.

1. ¿Hay en su empresa alguna persona que maneje una segunda lengua?

No, en este momento no. Aunque las chicas hoy en día que están llegando ya por la parte de secretariados por dotación de personal ya vienen con conocimientos de inglés y todo eso, pero no ha sido para nosotros necesario ni indispensable una vez más de manera afortunada o desafortunada.

2. ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción? ¿Qué hacen en estos casos?

Las pocas veces que hemos recibido información en otro idioma lo que hacemos es utilizar el software, entonces eso es muy sencillo retomar de pronto una carta, escanearla pasarla a un software o el documento que tengan pasarlo a un software de traducción y traducirlo con los errores que presenta un software de estos que no lo traduce textualmente pero te da como las bases y pocas veces he tenido que utilizar un software y para pasarlo a Inglés.

3. ¿Con que frecuencia tienen que enfrentarse a este tipo de documentos?

La verdad casi nunca, ya que como te dije anteriormente nuestro proveedor en Alemania no sé si afortunada o desafortunadamente habla perfecto español y con otro tipo de documentos me ayudo de programas de Internet que con sus fallas y todo me da una idea general de lo que dice el documento.

4. ¿Aparte del español, con que otros idiomas tienen contacto?

Básicamente el español porque las posibilidades de exportación son hispanas, otro idioma como más cercano el inglés, pues no ha sido el fundamental, nuestro mercado objetivo por ejemplo por la condición del producto que fabricamos no es un mercado que este dirigido o que estemos pensando en una posibilidad de exportación hacia Estados Unidos por ahora, este es un producto que no es fácilmente exportable por lo que es tubería, fabricamos tubos de PVC y exportar un producto como este es más o menos como exportar aire entonces es mas el entorno de un mercado local y sus alrededores de pronto podría decir que en el ámbito de maquinaria o de repuestos si puede ser diferente, pero nuestro principal proveedor de maquinaria de repuestos esta en Alemania de manera yo no sé si afortunados o desafortunados habla muy bien el español, ayer hable con él es un español, nacido en España a los cinco años se fue a vivir a Alemania entonces el maneja el Español perfectamente.

5. ¿Alguna vez han tenido contacto con una persona de habla extranjera?
¿Qué hicieron en este caso?

Pues te voy a contar una anécdota, una vez tuve que mantener una conversación con un alemán que no hablaba español y le pedí el favor a una amiga que vivió en Alemania y obviamente antes de la llamada le conté rápidamente de lo que se trataba la conversación con el alemán y bueno llamamos con altavoz y ella comenzó a hablar y él le respondía y yo le decía que me dijera que estaba diciendo y ella me decía espérate, cuando colgó me dijo: “ah si mira esto y esto” pero yo lo que quería era que me lo dijera en el momento. Por eso no estuve satisfecho porque un traductor no debe tomar el papel de protagonista a la hora de traducir, debe decir al tiempo exactamente lo que la otra persona dice, no tomarse el negocio como propio y protagonizar en la negociación, no, debe simplemente limitarse a comunicar la intención de ambas personas pero en su momento y exactamente.

6. ¿Considera que el manejo de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva?

Yo como gerente en primera instancia, no veo un espacio en donde tengamos una limitación total por el idioma al contrario en Colombia las PYMES han mirado durante muchos años al entorno económico y social dentro del país, por eso la tangente importante de la traducción para la empresa en primera instancia podría no ser importante, solo hasta ahora que aparece la figura de mirar hacia el comercio exterior es que comienza a ser importante a través del tratado de libre

comercio, pero estas PYMES como tal y por error en la formación, no cuentan con estas habilidades, yo pienso que todas esas cosas sucede por alguna cosa importante y algo que tiene que suceder nos ha llevado a mirar los negocios de manera interna, Tubincol ha mirado negocios de exportación pero en el ámbito de los negocios si de habla hispana. Desde este punto de vista, aparentemente no pudiera ser tan indispensable.

ENTREVISTA 5

EMPRESA ANILLO DOBLE O LTDA.

FECHA ENTREVISTA: 10 de mayo de 2013

HORA DE ENTREVISTA: 3:30 p.m.

DURACION ENTREVISTA: 2 horas

LUGAR DE LA ENTREVISTA: Empresa Anillo Doble O Ltda.

Anillo doble O Ltda., es una compañía bogotana dedicada a la fabricación de insumos para encuadernación como anillos de doble o y espiral.

1. ¿Hay en su empresa alguna persona que maneje una segunda lengua?

La verdad no hemos visto la necesidad de nadie especializado en este tema pero las personas encargadas de todo lo que tenga que ver con otro idioma somos el gerente general de la compañía y yo que somos quienes más o menos manejamos el inglés.

2. ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción? ¿Qué hacen en estos casos?

Si, a veces recibimos catálogos y revistas en ingles, también los proveedores de china envían newsletters al correo del área de compras, estos catálogos vienen normalmente en chino y en ingles. Normalmente no hay necesidad de traducirlos por lo que no estamos comprando maquinaria muy a menudo pero cuando se requiere un repuesto hay que pedirlo y a veces nos toca traducir los catálogos o traducir lo que les vamos a enviar al correo a ellos, en esos casos usamos el traductor de Google. Aunque alguna vez uno de los operarios daño un circuito de una de las maquinas por que las instrucciones de operación en la maquina como

tal están en chino y en inglés, el intento abrir la tapa a la fuerza y se quemó una pieza de la máquina que estaba recién comprada, y tuvo obligatoriamente hacer el contacto otra vez para importar la pieza dañada.

3. ¿Con qué frecuencia tienen que enfrentarse a este tipo de documentos?

Pues no es muy seguido la verdad se reciben catálogos más o menos cada mes, pero como le dije ahorita no siempre hay que traducirlos la mayoría de las veces solo se dejan así.

¿Aparte del español, con qué otros idiomas tienen contacto?

Pues la verdad diríamos que el 99% del tiempo es el español, pero pues tenemos algunos contactos en Estados Unidos y también algunos en China, que es de donde traemos las máquinas.

4. ¿Alguna vez han tenido contacto con una persona de habla extranjera?
¿Qué hicieron en este caso?

Precisamente para evitar estas situaciones, todo lo hacemos mediante el correo electrónico porque no nos sentimos capaces de hacerlo de otra manera, aunque igual algunos de los agentes de nuestro proveedor en China hablan español.

5. ¿Considera que el manejo de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva?

Es importante porque ha permitido en ciertas instancias la comunicación entre nosotros y los proveedores de nuestra maquinaria. y digamos que exportar es como un sueño que tendríamos manejar otro idioma, pues ese sería el ideal pero la verdad no lo pensamos ni en el corto ni mediano plazo, primero queremos expandirnos en el mercado colombiano y después si pensamos en irnos más allá de la frontera.

ENTREVISTA 6

EMPRESA REMS INGENIERIA.

FECHA ENTREVISTA: 11 de mayo 2013

HORA DE ENTREVISTA: 11:05 am.

DURACION ENTREVISTA: 1 hora

LUGAR DE LA ENTREVISTA: Empresa Rems Ingeniería Ltda.

Rems es una empresa dedicada a la instalación de cableado estructurado y redes e igualmente a la fabricación de algunos insumos para este propósito, como son racks y bandejas de distribución.

1. ¿Hay en su empresa alguna persona que maneje una segunda lengua?

Si, tenemos una señorita que se dedica a enseñarnos inglés a los miembros de la junta directiva y ella también tiene conocimientos de portugués y le enseña a nuestra socia y jefe de recursos humanos Marisol Pineda. Y cuando es necesario ella se encarga de hacer la traducción de algunos catálogos de productos, en este momento contamos con una alianza con una empresa similar a la nuestra en Brasil llamada Leucotron Telecomunicaciones y cuando nos comunicamos con Leucotron ella también se encarga de eso.

2. ¿En qué consiste la alianza con Leucotron?

Ellos nos proveen un tipo de cable para redes de internet de muy buena calidad, de calibre 7, de lo mejor que se consigue en el mercado mejor dicho, y nos lo dan a muy buen precio, a cambio nosotros les distribuimos los racks, los amarres y las canaletas que son algunos de los accesorios que se utilizan para el cableado estructurado, también a muy buen precio, ¡todos ganamos!

3. ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción? ¿Qué hacen en estos casos?

Si claro, recibimos catálogos de todos los proveedores aunque ya algunos vienen en español, antiguamente solo venían en inglés, entonces a veces nos toca traducirlos para poder darle especificaciones a los clientes. Como te conté antes la asistente que tenemos en este campo se encarga de hacer las traducciones pertinentes.

4. ¿Con que frecuencia tienen que enfrentarse a este tipo de documentos?

No es a diario, pero digamos que nos llega una buena cantidad de material cada mes con algunos proveedores, y cada tres meses con algunos.

5. ¿Aparte del español, con que otros idiomas tienen contacto?

Bueno pues por obvias razones el español es el predominante, pero también nos ha tocado defendernos con el inglés porque de Estados Unidos importamos todo lo que es el cable y algunos accesorios, de China se traen algunos aparatos pero la verdad con ellos todo se hace en inglés y a veces hasta en español y el portugués por la alianza que tenemos con Leucotron.

6. ¿Alguna vez han tenido contacto con una persona de habla extranjera?
¿Qué hicieron en este caso?

Si, la comunicación con Brasil es permanente, entonces digamos que una o dos veces por semana hay que comunicarnos con ellos. Y en algunas ocasiones con Estados Unidos pero de nuevo, la encargada de esos temas es la asistente y pues hasta el momento ha sido muy efectiva no hemos tenido ningún inconveniente, afortunadamente esta señorita que nos acompaña es muy profesional y ha realizado muy bien su labor hasta el momento.

7. ¿Considera que el manejo de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva?

Bueno pues te cuento que aquí en Rems este tema ha sido bastante importante porque la mayor parte de los proveedores de cable, switches, módems y todos esos accesorios que utilizamos en las instalaciones, son de Norteamérica y en algunos casos de Brasil y China respectivamente. Tanto así que nos estamos capacitando al menos los directivos de la compañía, aunque el ideal debería ser todos los miembros de la compañía, para no depender de una sola persona en estos casos.

ENTREVISTA 7

EMPRESA HIDROFLUIDOS LTDA.

FECHA ENTREVISTA: 13 de mayo 2013

HORA DE ENTREVISTA: 4:10 p.m.

DURACION ENTREVISTA: 1 hora

LUGAR DE LA ENTREVISTA: Empresa Hidrofluidos Ltda.

Fabricación y comercialización de empaques y accesorios para tuberías en PVC.

1. ¿Hay en su empresa alguna persona que maneje una segunda lengua?

Mi hijo que es el jefe de operaciones, habla aliguito de inglés y también la asistente tiene algunos conocimientos.

2. ¿Actualmente su negocio recibe información en otro idioma que requiera traducción? ¿Qué hacen en estos casos?

Pues la verdad no mucho, algunos catálogos de productos que usamos para la instalación de las redes hidráulicas vienen en inglés, pero como el vocabulario es técnico de nuestro negocio, y llevamos tantos años viéndolo que uno ya entiende lo que dice ahí.

3. ¿Con que frecuencia tienen que enfrentarse a este tipo de documentos?

No es muy frecuente, por lo general cada 3 meses diría yo.

4. ¿Aparte del español, con que otros idiomas tienen contacto?

Como te conté los catálogos que nos llegan vienen en inglés, entonces ese sería el único aparte del español.

5. ¿Alguna vez han tenido contacto con una persona de habla extranjera?
¿Qué hicieron en este caso?

Si, alguna vez que hubo un problema con el despacho de un pedido que se hizo a nuestro principal proveedor, mi hijo se encargo de hacer la llamada pero igual fue

bastante complicado para él, hasta que al fin nos contactaron con un vendedor que hablaba español.

6. ¿Considera que el manejo de una segunda lengua en su empresa le da una ventaja competitiva?

Si claro, igual por cultura general uno debería conocer al menos otro idioma, aunque fuera el inglés porque somos conscientes que hay que adaptarse a los cambios que ha habido en el mundo, y la tendencia ahora es la globalización, y no hay manera de adaptarse si uno está excluido por el idioma, lo ideal sería capacitarnos.

Modelo de la Encuesta

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DEL INGLÉS EN LAS PYMES DEL SECTOR DE PRODUCCION DE INSUMOS INDUSTRIALES EN BOGOTA

El objetivo de la presente encuesta es identificar el grado de importancia del manejo de una segunda lengua para las dichas compañías. De antemano agradezco su tiempo y colaboración.

1. ¿Habla usted una lengua extranjera?

SI ____ NO ____

Si su respuesta fue si, ¿en qué nivel de comprensión y producción se considera proficiente?

Nivel básico ____ Intermedio ____ Alto ____

2. Número de personas que hablan una segunda lengua en su empresa

Entre: a. 1 - 3 ____ c. 7-10 ____

b. 4 - 7 ____ d. Más de 10 ____

3. ¿Se encuentra satisfecho con el nivel de manejo de una segunda lengua en su empresa?

Si___ No___

4. ¿Tiene su empresa algún contacto con otro país que requiera el uso de una lengua extranjera?

Si___ No___

5. ¿Reciben documentos en otros idiomas?

Si___ No___

Si su respuesta fue si, ¿En qué idiomas? _____

Si su respuesta fue si, pase a la siguiente pregunta de lo contrario pase a la pregunta número 7.

6. ¿Con que frecuencia reciben dicha información?

Semanal ___ Semestral ___ Más de 2 años ___

Mensual___ Anual ___

7. En orden de importancia de 1 a 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante, ¿qué medio usan para traducir documentos?

A. ___ Una persona bilingüe en la empresa

B. ___ Software de traducción

C. ___ Traductor en línea

D. ___ Servicio externo de traducción

E. ___ Otro ¿Cual?_____

8. ¿Considera importante la calidad del trabajo de traducción?

Si___ No___

9. ¿Considera importante la capacitación en el manejo de una segunda lengua en su empresa?

Si ___ No___

10. En orden de importancia de 1 a 5, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante, quiénes considera usted, ¿deberían ser capacitados en una segunda lengua?

a. Área administrativa___ c. Área comercial ___ Otra___

b. Área operativa ___ d. Todas las anteriores___

¿Cuál?_____

11. En orden de importancia de 1 a 5 siendo 1 el más importante y 5 el menos importante ¿qué lengua consideraría para la capacitación?

a. Inglés___ c. Alemán___

b. Francés___ d. Otra___

¿Cuál?_____