

# La relevancia de las competencias lingüística y cultural en las relaciones comerciales entre España y Austria

*Tesis de maestría*



Elisabeth Kölbl M.Sc.

23 DE ABRIL DE 2021



© 2014 BOANET.AT

# Índice

- Introducción / planteamiento de investigación
- Objetivos
- Metodología
- Análisis y resultados
- Conclusiones / implicaciones
- Preguntas y discusión

## Importancia del español:

- número de hablantes nativos
- número de personas que lo estudian como lengua extranjera
- peso y potencial económico alto

**VERSUS**

## Inglés como lengua franca:

- desaparición de prácticas multilingües
- estandarización lingüística creciente

- ¿estandarización o no-estandarización de la práctica lingüística en las empresas?
- consiguientes implicaciones para la enseñanza del español económico

# Objetivos

Averiguar el papel actual del español en la vida cotidiana de las empresas

¿Qué conocimientos deben poder aportar los graduados de la WU?

**Análisis cualitativo de la relevancia de las competencias lingüística y cultural en...**

...la iniciación de relaciones comerciales entre empresas austríacas y españolas.

...en el mantenimiento de las relaciones comerciales.

- Se escogió un enfoque cualitativo...
  - ...para poder deducir implicaciones significativas para la enseñanza del español de los negocios en la WU.
  - ...por el número relativamente limitado de empresas a estudiar en Austria.
  - ...porque permite captar con más profundidad las percepciones de los entrevistados en cuanto a temas complejos como lo son el empleo de lenguas y la importancia de la competencia cultural en una empresa.
- 9 entrevistas analizadas:
  - 5 personas de empresas españolas/ austríacas
  - 4 entrevistas con personas con un papel mediador entre las empresas españolas y austríacas

# Análisis y resultados

- Baja tasa de respuestas y muchas respuestas negativas de empresas contactadas:
  - poca importancia del español como lengua de comunicación en la mayoría de las empresas
  - crisis del coronavirus
- El inglés se usa con más frecuencia y es indispensable en la mayoría de los casos
- Sin embargo, el dominio del español facilita mucho el inicio y el mantenimiento de las relaciones comerciales
- Determinación de la lengua de comunicación depende del poder respectivo de las dos partes

**“En términos lingüísticos, esto depende del tamaño de la empresa, una pequeña o mediana empresa **probablemente no podrá prescindir del español**. Para una gran empresa, el español sería una **ventaja**, pero no es imprescindible. Porque en realidad ya se habla inglés debido a la estructura del grupo, entonces el hecho de hablar otro idioma es algo bueno, pero no hace la diferencia. Es más una cuestión de tamaño de la empresa, porque como una gran empresa tienes una cierta reputación y **puedes permitirte el lujo de exigir el inglés**.”**  
(Entrevista 5)



# La expresión escrita y oral

- Clara tendencia hacia la expresión oral

**“Si hay un español y tres personas que no tienen el español como lengua materna en una habitación, la tentación de cambiar al español es enormemente grande, por lo que el cambio de las conversaciones al español es muy frecuente, y esto hace que hablar el español seguramente siempre es algo bueno en una sucursal de un grupo español.” (Entrevista 7)**

- Los conocimientos lingüísticos no suelen tener carácter decisivo en el reclutamiento para un puesto, salvo en ciertos departamentos/casos
- Menos importancia en los sectores orientados hacia la exportación



# De cara al futuro

¿Declive de la importancia del español como lengua de comunicación por un nivel de inglés más alto anticipado de las futuras generaciones?

¿Aumento de la importancia por las enormes oportunidades de negocio en America Latina?

Divergencia  
entre los  
entrevistados

# La competencia cultural

- Más importante que las habilidades lingüísticas
- Por trivial que suene, se subestima y se valora mucho en la realidad
- Se necesita mucha práctica:

**“Por un lado, la retroalimentación no es tan mala, pero por otro lado sigue surgiendo, **después de 20 años** de colaboración y de amistad, que todavía hay situaciones en las que no me comporto adecuadamente en términos interculturales.” (Entrevista 5)**

- Iniciativas formativas para aprender español son mucho más frecuentes como las iniciativas para la formación cultural de los empleados

# Habilidades deseadas de los graduados e implicaciones para la enseñanza

- Se destacaron la competencia cultural y la expresión oral, así como conocimientos específicos base
- Es difícil conseguir que un empleado que ya esté incorporado atienda a un curso de español o a un curso formativo cultural y se intenta contratar a gente que ya aporta los conocimientos necesarios
  - poder aportar esos conocimientos es ventajoso, aunque sea en pocos casos
- La enseñanza de otros idiomas aparte del inglés no se debe basar exclusivamente en el criterio de la “utilidad”:

**“...creo que en este momento hay una tendencia de decir que con el inglés todo está hecho y todo lo demás son tonterías y si aprendes un idioma adicional, entonces hay que aprender algo útil como el chino por ejemplo. Yo no basaría el aprendizaje del idioma en la utilidad...” (Entrevista 5)**

# Conclusiones / implicaciones

- La enseñanza universitaria debería centrarse en la competencia cultural, la expresión oral y también en la habilidad negociadora
- Aunque el español no tiene el mismo peso como el inglés, les resultan muy ventajosas las competencias lingüística y cultural a las empresas austríacas al formar y mantener relaciones comerciales con socios españoles
- En el futuro, se espera que sobre todo las oportunidades de negocio importantes en Latinoamérica harán que el español como lengua de comunicación no perderá importancia
- El mantenimiento de la diversidad lingüística y los beneficios que acarrea el aprendizaje de un idioma y de una cultura apoyan la enseñanza universitaria del español y de otros idiomas aparte del inglés

¡Muchas gracias por su atención!

**WU**  
WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
WIEN VIENNA  
UNIVERSITY OF  
ECONOMICS  
AND BUSINESS

**JFE-Vi**





VIENNA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND BUSINESS

**DEPARTMENT FÜR  
FREMDSPRACHLICHE  
WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION**

Welthandelsplatz 1, 1020 Vienna, Austria

**Elisabeth Kölbl M.Sc.**

T +43-1-313 36-6640  
elisabeth.koelbl@wu.ac.at  
www.wu.ac.at