

La importancia de los idiomas en los negocios: el inglés global no basta para los negocios globales

Aunque el inglés seguirá manteniéndose como lengua franca para los negocios en los próximos años, otros idiomas irán incrementando su peso y la ventaja la poseerán quienes puedan acreditar más lenguas. El futuro está en el multilingüismo.

14/01/2008 [Cámara Navarra de Comercio e Industria](#)

Saber sólo inglés no es un catalizador suficiente para los negocios. Esta es una de las principales conclusiones de una importante conferencia titulada «Las lenguas facilitan los negocios», celebrada en Bruselas el pasado mes de septiembre. En ella se estudiaron los beneficios que las **capacidades lingüísticas e interculturales** aportan a las empresas comerciales. Aunque **el inglés mantendrá su función como lengua franca** en el mundo de los negocios, lo que puede proporcionar una ventaja competitiva son las capacidades lingüísticas adicionales, en combinación con las capacidades interculturales pertinentes. En la conferencia se presentó además el nuevo Foro Empresarial sobre Multilingüismo, que estudiará cómo hacer un uso operativo del multilingüismo para optimizar los resultados de las empresas.

Este encuentro fue importante porque asistieron personas que representan los intereses de las empresas y de los trabajadores; lingüistas y personas del mundo académico; responsables políticos y particulares interesados en la materia. Esta fue una oportunidad muy necesaria para que todas las partes interesadas debatieran sobre los idiomas y para animar a las empresas a que se produzca un cambio de actitud que aporte resultados reales.

La conferencia fue convocada a raíz de los resultados de una investigación, publicada este año pasado que muestra que la **falta de capacidades lingüísticas da lugar a la pérdida de negocios**. Las empresas que tienen un enfoque estratégico hacia la comunicación multilingüe demostraron ser capaces de incrementar sus ventas de exportación en más de un 40 % respecto a sus competidores que carecían de estrategias lingüísticas formales.

En el mismo estudio se demostró que, aunque el inglés está en primera posición como lengua franca para los negocios internacionales, **cada vez hay más demanda de otros idiomas**. Si bien aproximadamente la cuarta parte de las empresas incluidas en el estudio opinaban que debían seguir mejorando su inglés, una proporción similar sentía la necesidad de ampliar sus conocimientos al alemán o al francés, sin olvidar el español y el ruso, que también ocupaban un lugar destacado en el ranking. Numerosas empresas—en particular las grandes—también declararon que necesitaban conocer lenguas no europeas, como el chino, el árabe y el urdu, dado que tienen intención de introducirse en mercados no europeos.

Según un estudio reciente del Reino Unido, el número de personas que aprenden inglés en todo el mundo llegará a dos mil millones en los próximos diez o quince años. Contrariamente a lo que suele suponerse, ésta es una mala noticia para los anglófonos monolingües. Un estudio anterior de la organización CILT sobre el impacto de las capacidades lingüísticas en la economía del Reino Unido puso de manifiesto que las empresas de dicho país exportan prácticamente lo mismo a Dinamarca, cuya población es de cinco millones, que a Centroamérica y Sudamérica, que tienen 390 millones de habitantes.

Para dar continuidad a la conferencia empresarial, se iniciará un nuevo Foro Empresarial sobre Multilingüismo. Dicho Foro reunirá a un pequeño grupo de directivos europeos que determinarán cómo pueden hacer las empresas un uso operativo de la gestión lingüística como parte de sus esfuerzos para aprovechar al máximo sus resultados económicos.

En este nuevo año esperamos que el aprendizaje de idiomas sea uno de los objetivos de las empresas ya que con ello mejorarán sus relaciones comerciales.

Tomado de www.navactiva.com