

Saber inglés, un requisito imprescindible para empresas con proyección internacional


[Imprimir](#)

[Recomendar](#)

03:00

Los líderes de una organización son, o deberían ser, la cara visible ante los mercados internacionales. Activar contactos, mantener reuniones y llevar adelante un inteligente networking son minucias que deben caer en sus manos para que el intercambio comercial funcione. En ese contexto, un correcto manejo del inglés se torna para ellos fundamental si se piensa que hoy la mayoría de las comunicaciones internacionales - sean éstas por conference calls, reuniones presenciales, informes o emails-, se hacen exclusivamente en esa lengua. Todavía más, podemos pensar que, si delegan aquellas tareas en otras personas por desconocimiento o inseguridad con el idioma -lo que muchas veces sucede-, los resultados de la estrategia de expansión en el exterior no serán los mismos.

Lo anterior puede sonar obvio o hasta trillado. Lo que quizás es menos sabido es que la manera de enfocar las competencias comunicacionales ha cambiado. Al planear una capacitación en inglés ya no se espera -como en el pasado- que los estudiantes "pasen de nivel". Hoy nos movemos por objetivos, avanzamos hacia metas. Lo verdaderamente relevante es desarrollar competencias lingüísticas, siendo indulgentes con algún que otro error gramatical. La razón es, precisamente, que las organizaciones necesitan cerrar contratos, disponer de una buena atención comercial, contar con managers que puedan escuchar y dar soluciones a sus clientes y con un staff que pueda contestar las inquietudes de los clientes por escrito e interactuar mediante conference calls. En definitiva, hoy se requiere un gran equipo de trabajo para el que el inglés no sea un grillete que lentifica el natural desenvolvimiento de las operaciones sino un asset que facilita la concreción de oportunidades.

Pensar la capacitación de aquel modo lleva a emplear en los cursos técnicas como role playing, donde los participantes pueden "calzarse" diferentes trajes y jugar a que son otros. Así emergen nerviosismos, equivocaciones y furcios propios de toda situación comunicativa, tal como sucede en la vida real.

Segundas líneas

Dependiendo del grado de exposición internacional, es conveniente que las segundas líneas de las pymes puedan asistir a las primeras en


 Imágenes


* Haga click en la foto para abrir la galería

NEWSOL GROUP

CONSULTORIA ESPECIALIZADA EN SOFTLAND LOGIC
CWA LOGIC – STRADIVARIUS
DESARROLLO DE SISTEMAS A MEDIDA

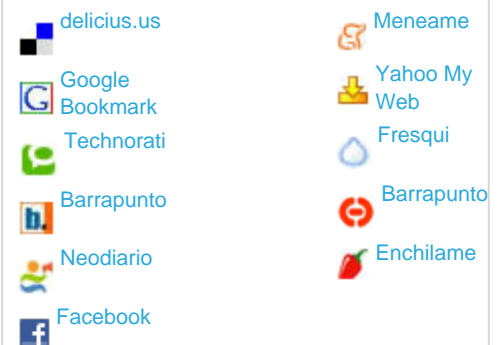
www.newsol.com.ar

ARQ PUBLICITARIA

Stands de interior y exterior
Eventos Sociales y Corporativos
(011) 4588 2610
info@arq-publicitaria.com.ar

www.arq-publicitaria.com.ar

[El Cronista Comercial en Facebook](#)


 Herramientas


la apertura de nuevos mercados. ¿Necesitan sólo conocimientos precarios o avanzados? Actualmente es necesario un manejo del idioma que cubra al menos conceptos y habilidades de niveles intermedios y avanzados. Por otra parte, podría decirse que, una vez alcanzado un nivel intermedio de inglés, es más urgente (aunque no más importante) desarrollar la habilidad oral antes que la escrita. La razón es que para escribir un informe o mandar un email se puede tener ayuda de un traductor profesional y esto no se percibe “del otro lado” de la comunicación. En cambio, en la comunicación oral, si bien también se puede recurrir al servicio de interpretación consecutiva o simultánea, el empresario, gerente o director se ve expuesto a una situación de inferioridad con el idioma.

Lamentablemente, como sucede en muchos otros casos, las necesidades de formación se tratan de cubrir en forma imprevista cuando “las papas queman” y sin una planificación de contenidos y tiempos adecuados. Hay que pensar, en ese sentido, que el aprendizaje de cualquier lengua no se da milagrosamente de un día para el otro, sino que es un proceso que contiene dos aspectos fundamentales: la incorporación del contenido formal (estructuras, vocabulario, expresiones, etcétera) y la adquisición de confianza con el idioma meta.

Insistimos: ser eficiente en la comunicación no significa utilizar la “s” en la tercera persona singular del presente simple ni emplear la preposición correcta, sino poder desempeñar nuestras funciones laborales para así poder cumplir con nuestros objetivos generales dentro la empresa, que implícitamente presuponen el uso del inglés.

Aclaración

En la nota “Círculo Orgánico: un mercado que crece”, publicada en el suplemento Pyme del 5 de agosto, se nombró a la empresa familiar de la emprendedora Lidia Cabezas de forma errónea. El nombre correcto de la misma es Light Food. Más datos: www.lightfood.com.ar.

María Emilia Troya, directora de Training, In English

 0 Comentarios

No Existen Comentarios asociados...

Ingrese su comentario

Ingrese código de Validación

Nombre

Comentario

 Enviar Comentario

Copyright 2007 - Cronista.com - Todos los derechos reservados



POWERED BY
dos al cubo

Suscribite
0800-222-7664

Tu economía vale.



Otros medios

