

# INTEGRACIÓN DEL INFORME EMPRESARIAL EN LA ENSEÑANZA DEL INGLÉS DE LOS NEGOCIOS

MIGUEL F. RUIZ GARRIDO

UNIVERSITAT JAUME I (CASTELLÓ)

## **Abstract**

Business English is one of the ESP fields which has been paid more attention to. However, teachers and researchers have not shown the same interest in all the topics involved in business English, as it is the case of business reports. This article tries to awaken the interest to research on this written document and its implementation in the business English classroom. Therefore, we present a teaching experience which encourages the teaching of this complex document in the specific context of Universitat Jaume I.

**Keywords:** *business English, business reports, teaching*

## **1. Introducción**

La enseñanza del inglés de los negocios sigue siendo uno de los campos de mayor relevancia investigadora y docente en el ámbito del inglés con fines profesionales y académicos (IPA). Podemos decir que junto con el inglés científico-técnico, es el inglés de especialidad que más atención ha recibido. Dentro de este campo, los estudios han versado sobre múltiples variantes del mismo, desde los aspectos léxicos hasta ciertos géneros, pasando por características discursivas, pragmáticas, etc. Sin embargo, también es cierto que frente a temáticas ampliamente estudiadas, existen algunas que a pesar del esfuerzo de algunos investigadores y docentes han recibido una menor atención. Éste es probablemente el caso del informe empresarial. En las siguientes páginas explicaré brevemente qué se entiende por informe empresarial y por qué es relevante en el mundo de los negocios. A continuación mostraremos una propuesta para introducirlo en el aula universitaria de Administración y Dirección de Empresas (ADEM).

## 2. El informe empresarial

El informe empresarial (IE) es uno de los múltiples documentos que se encuentran en el mundo de los negocios (Cassany i Comas 1996; Álvarez Villagómez 1997; Kuiper y Kohut 1999; Rosenberg 1999; Sanz Álava 2001; Gómez de Enterría y Sánchez 2002; Lehman y DuFrene 2002). Nuestro interés radica en el informe en inglés escrito por hablantes no nativos. Sin duda, el papel de la lengua inglesa como lengua franca en múltiples ámbitos y la globalización de muchos aspectos económicos y sociales nos lleva a afirmar que la principal lengua de comunicación en el mundo empresarial es el inglés (Palmer-Silveira *et al.* 2006). Por esta razón, todas las personas no hablantes de inglés como primera lengua que deseen desarrollar su carrera profesional en la empresa, especialmente en su vertiente internacional, deben tener unos conocimientos avanzados en el dominio de esta lengua, teniendo en cuenta tanto su uso oral y escrito.

El informe empresarial es uno de los documentos que se pueden utilizar en ese contexto empresarial. Posiblemente existan documentos escritos (por ejemplo, el correo electrónico o el fax) o situaciones orales (por ejemplo, conversaciones telefónicas o reuniones) que se repitan de manera más frecuente y requieran de una mayor atención en la formación de los hablantes de inglés como lengua extranjera. Sin embargo, el concepto de informe empresarial también tiene su relevancia y se considera un documento escrito importante dentro de la empresa y, consecuentemente, necesario conocerlo.

Tras varios años de investigación, definimos informe empresarial como un conjunto de datos o hechos (conjunto de *información*), transmitidos de forma *escrita, objetiva y ordenada*, a una *persona o grupo de personas*, pertenecientes a la *misma empresa o externas* a la misma, a partir de la *información* previamente *recibida o recogida* por el *autor o autores* del mismo con los fines principales de informar y facilitar la toma de decisiones. Como se puede apreciar, esta definición es lo suficientemente amplia como para englobar la diversidad existente de variantes del informe empresarial, pero a su vez permite distinguirlo de cualquier otro tipo de escrito del mundo de los negocios.

Dentro de la lingüística aplicada, y específicamente desde el punto de vista del análisis de géneros, el informe empresarial ha sido estudiado por diferentes autores. Estos autores son representativos o están vinculados a las tres escuelas que versan sobre el género: el movimiento de la Nueva Retórica norteamericana (Yates 1989 y algunos de sus posteriores

trabajos), la escuela australiana de la lingüística sistémico-funcional (Carter 1990; McCarthy y Carter 1994) y la tendencia más relacionada con el IPA (Bhatia 2001, 2004). Estas tres tendencias se solapan y pese a sus diferencias también presentan similitudes (Hyon 1996; Kindelán Echevarría 2002). Las tres escuelas admiten la dificultad del concepto de informe empresarial (véase Ruiz-Garrido 2006). No obstante, siguiendo la tendencia sobre el análisis de género vinculada directamente con el IPA (la más cercana a nuestra experiencia e investigación), el informe empresarial puede denominarse como una colonia de géneros (Bhatia 2004) o un macro-género (Louhiala-Salminen 1999). Indistintamente de la terminología que elijamos, lo cierto es que el informe empresarial per se hace pensar en una gran variedad de posibles variantes que, en ciertas ocasiones, plantean dificultades para su aplicación docente.

### **3. El informe empresarial en el aula del inglés para los negocios**

Poco más de diez años atrás, St John (1996) confirmó la fortaleza y la creciente demanda del inglés de los negocios en la década de los 90. Durante esos años y hasta el principio de la siguiente década aparecieron diferentes obras que versaban de manera directa sobre el inglés de los negocios (Ellis y Johnson 1994; Brieger 1997; Donna 2000) y otras que lo explicaban con gran detalle pese a dedicar solo una parte del texto a esta variante específica del inglés de especialidad (Dudley-Evans y St John 1998; Alcaraz Varó 2000). En todas ellas se hace referencia al informe empresarial entre los diferentes documentos relevantes, calificándolo como una destreza esencial dentro del inglés de los negocios, pero al mismo tiempo admitiendo su naturaleza compleja. En este sentido, resulta interesante observar que Dudley-Evans y St John (1998: 64) hablan de subdividir el inglés de los negocios en siete situaciones comunicativas básicas, correspondiéndose cinco de ellas a situaciones orales (conversaciones telefónicas, socialización, presentaciones, tomar parte en reuniones y en negociaciones) y las otras dos son escritas (redacción de correspondencia y redacción de informes). A estos fundamentos teórico-prácticos debemos añadir que algunos estudios de necesidades regionales y locales (citados en Ruiz-Garrido 2003) al igual que los resultados iniciales de un

estudio que estamos llevando a cabo actualmente, confirman que las empresas requieren entre sus necesidades que algunos de sus empleados sepan redactar informes empresariales.

Pese a estos comentarios y su pertinencia en ser incluido en el aula del inglés de los negocios, la mayoría de manuales de texto del inglés de los negocios que se editan en la actualidad tienen una visión distinta. Si cualquiera de nosotros hecha un vistazo a las obras que existen actualmente en el mercado (por ejemplo, las colecciones de *Market Leader*, *Head for Business*, o *Global link* entre otras), podemos apreciar que su estructura sigue siendo muy similar: unidades temáticas en las que se desarrollan las diferentes destrezas, y en ocasiones se introducen aspectos básicos de algunos documentos o situaciones orales (cuyas secciones o partes aparecen desglosadas en las distintas unidades). El trato que se les da a los informes es bastante escaso. Si bien algún manual (por ejemplo el nivel intermedio de *Market Leader*) muestra un ejemplo al final del libro, también es cierto que no desarrolla su redacción completa en ningún momento del manual, suscitando dudas acerca de la validez de dicho sistema para el correcto aprendizaje del informe empresarial.

#### **4. Una experiencia docente**

Todos estos fundamentos nos permiten sustentar la enseñanza del informe empresarial en el aula del inglés de los negocios. Mientras la mayoría de libros de texto del inglés para los negocios se dividen en unidades temáticas, nuestra propuesta forma parte de un manual dividido en situaciones comunicativas en la línea de lo propuesto por Dudley-Evans y St John (1998). Nuestra unidad sobre el informe empresarial se incluye en el libro *English for Business Communication I* (Ruiz-Garrido y Fortanet-Gómez 2006). La realización de las unidades del manual tuvieron en cuenta todos los aspectos teórico-prácticos anteriormente explicados, además de considerar que el nivel de los alumnos se sitúa entre el C2 y B1 o superior, según el Marco de Referencia Europeo.

La implementación del manual y, consecuentemente, de la unidad sobre el IE, tiene lugar en la asignatura Inglés II del 2º curso de la titulación de Administración y Dirección de Empresas de la Universitat Jaume I. Esta asignatura tiene un carácter semestral, siendo su duración de 30 horas. Como las salidas profesionales de estos alumnos pueden ser muy

variadas, abogamos por que las unidades sean de temática empresarial pero con un carácter general, sin pretender que los alumnos aprendan a escribir, por ejemplo, informes específicos (informes técnicos, informes de progreso, informes financieros, etc.). Además, tampoco se puede dedicar un semestre completo a una sola destreza o situación comunicativa. Somos de la opinión que los cursos de postgrado son el lugar ideal para una mayor profundización sobre estos temas, y que durante los estudios de grado debemos dar a nuestros alumnos una serie de herramientas que les permitan conocer las distintas situaciones en las que se pueden ver inmersos en su futuro puesto de trabajo.

Teniendo en cuenta este contexto, a la unidad sobre los informes empresariales no le podemos dedicar muchas horas; sólo podemos dedicarle 4 o 5 sesiones de 1 hora junto con la dedicación fuera del aula, semejante en el número de horas. La estructura de esta unidad está conformada por:

- breve definición del documento,
- explicación resumida de la estructura de un informe breve y básico, ofreciendo indicaciones acerca de su apariencia, estilo y algunos de los aspectos lingüísticos más relevantes, incluyendo ejemplos de expresiones lingüísticas,
- directrices para su redacción,
- actividades de comprensión de las explicaciones teóricas,
- actividades de comprensión y refuerzo de diversos aspectos lingüísticos comentados previamente (expresión de formalidad, expresión de certeza, expresión de estilos personales/impersonales, uso de pasiva/activa, uso de conectores, uso de encabezamientos, preparación de la estructura), usando fragmentos de informes empresariales y detallando las secciones donde pueden ser encontrados,
- ejemplo de un informe completo seguido de actividades de comprensión y de refuerzo de la estructura, estilo y lenguaje del mismo,
- actividad sobre un informe empresarial completo con el fin de practicar el uso de los encabezamientos explícitos y de las oraciones temáticas, y
- dos situaciones comunicativas que permiten a los alumnos poner en práctica todos los conocimientos que se han ido practicando a lo largo de la unidad.

Todas estas actividades se completan con actividades y comentarios adicionales como son que:

- antes de iniciar la unidad, se requiere a los alumnos que busquen informes empresariales en Internet o en las fuentes que consideren oportunas y aporten sus comentarios en cuanto a estructura, temática, lenguaje, etc. Esta actividad pretende generar despertar la conciencia del alumno con respecto al género del informe empresarial (*genre awareness*), y
- en la realización de las situaciones comunicativas, se requiere a los alumnos que ejecuten las pautas recomendadas para una correcta escritura (preparación, redacción, revisión). La versión que los alumnos entregan a los profesores es corregida utilizando una serie de símbolos preestablecidos y los alumnos deben rehacer su informe. Con este sistema se pretende fomentar el enfoque procesual, no sólo el productivo, de la escritura en un contexto de enseñanza/aprendizaje de lenguas extranjeras.

## 5. Conclusiones

Este artículo pretende recordar la necesidad de incluir el informe empresarial en el aula del inglés de los negocios y presentar una propuesta. Probablemente existan otras ideas igual de interesantes o más. Nosotros hemos puesto en práctica estas actividades y este sistema de enseñanza y podemos afirmar que funcionan bastante bien. La estructura de la unidad permite cierta flexibilidad para adaptar los contenidos a las circunstancias particulares de los alumnos. Además, la metodología empleada por los docentes integra aspectos diversos vinculados a distintos enfoques de la enseñanza de la escritura (producto, proceso y género). La flexibilidad de la unidad permite que el profesor pueda decidir el peso que otorga a cada uno de los tres enfoques, sin por ello ir en detrimento del sistema de enseñanza/aprendizaje. A través de las actividades descritas también hemos apreciado que la práctica aislada de las mismas es igualmente válida siempre y cuando seamos conscientes de qué aspectos concretos deseamos trabajar con nuestros alumnos y cuál es nuestro objetivo final.

En conclusión, incidimos una vez más en la relevancia del informe empresarial en su forma más básica dentro del aula del inglés de los negocios. Es un documento útil y necesario en el mundo empresarial actual, y además es válido como instrumento de mejora de los diversos aspectos lingüísticos que caracterizan al inglés de los negocios.

## Referencias Bibliográficas

- Alcaraz Varó, E. 2000. *El inglés profesional y académico*. Madrid: Alianza.
- Álvarez Villagómez, M. 1997. *Tipos de escritos IV: Escritos comerciales*. Madrid: Arco Libros.
- Bhatia, V. K. 2001. "Analysing genre: some conceptual issues". *Academic writing in context. Implications and applications*. En M. Hewings (ed.), *Academic writing in context. Implications and applications*. 79-92. Edgbaston, Birmingham: University of Birmingham Press.
- Bhatia, V. K. 2004. *Worlds of Written Discourse: a Genre-Based View*. London: Continuum.
- Brieger, N. 1997. *The York Associates teaching business English handbook*. York: York Associates.
- Carter, R. 1990. "When is a report not a report? Observations from academic and nonacademic settings". En W. Nash (ed.), *The writing scholar*. 171-191. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Cassany i Comas, D. 1996. *Intervenció en la comunicació escrita de les organitzacions. Experiències de formació en redacció d'informes tècnics en empreses privades i organitzacions públiques*. Tesis doctoral no publicada. Barcelona: Universitat de Barcelona. (Microficha núm. 2788).
- Donna, S. 2000. *Teach business English*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dudley-Evans, T. y M. J. St John. 1998. *Developments in English for specific purposes. A multi-disciplinary approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ellis, M. y C. Johnson. 1994. *Teaching business English*. Oxford: Oxford University Press.
- Gómez de Enterría y Sánchez, J. 2002. *La comunicación escrita en la empresa*. Madrid: Arco/Libros.
- Hyon, S. 1996. "Genre in three traditions: Implications for ESL". *TESOL Quarterly* 30 (4): 693-722.
- Kindelán-Echevarría, M. P. 2002. "Panorama Actual en torno a la Cuestión del Género: Proyección Lingüística, Socio-cultural e Ideológica de este Concepto". *Revista Española de Lingüística Aplicada* 15: 201-220.
- Kuiper, S. y G. F. Kohut. 1999. *Contemporary business report writing*. St Paul: South-Western College Publishing.

- Lehman, C. M. y D. D. DuFrene. 2002. *Business communications (Anniversary edition)*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing.
- Louhiala-Salminen, L. 1999. *From business correspondence to message exchange: The notion of genre in business communication*. Jyväskylä, Finlandia: University of Jyväskylä, Centre for Applied Language Studies.
- McCarthy, M. y R. Carter. 1994. *Language as discourse: Perspective for language teaching*. London/New York: Longman.
- Palmer-Silveira, J. C., Ruiz-Garrido, M. F. y Fortanet-Gómez, I. eds. 2006: *Intercultural and International Business Communication*. Bern: Peter Lang.
- Rosenberg, H. 1999. *Being successful in...report writing*. Dublin: Blackhall Publishing.
- Ruiz-Garrido, M. F. 2003. *Aplicaciones pedagógicas del informe empresarial en el aula del inglés de los negocios: Implementación de recursos discursivos escritos en contextos de especialidad*. Tesis doctoral publicada en Servidor de Tesis Doctorales en Red (TDX). [Disponible en <http://www.tdx.cesca.es/TDX-1113103-115747/>]
- Ruiz-Garrido, M. F. 2006. Conceptualising and Teaching Business Reports. En P. Gillaerts y P. Shaw (eds.), *The Map and the Landscape. Norms and Practices in Genre*. 237-251. Bern: Peter Lang.
- Ruiz-Garrido, M. F. e I. Fortanet-Gómez. 2006. *English Communication for International Business I*. Castellón: Servei de Publicacions de la UJI.
- Sanz Álava, I. 2001. Los textos escritos en el español profesional y académico. En S. Posteguillo Gómez, I. Fortanet Gómez y J. C. Palmer Silveira (eds.), *Methodology and new technologies in language for specific purposes*. 19-25. Castelló: Universitat Jaume I.
- St John, M. J. 1996. Business is booming: Business English in the 1990s. *English for Specific Purposes*, 15 (1): 3-18.
- Yates, J. 1989. *Control through communication. The rise of system in American management*. Baltimore, MD: John Hopkins University Press.