



# **La autenticidad intercultural en los materiales de EFEC: la teoría del análisis de necesidades revisada**

[lieve.vangehuchten@uantwerpen.be](mailto:lieve.vangehuchten@uantwerpen.be)

Facultad de Ciencias Económicas Aplicadas,

Dpto. de Comunicación Empresarial Internacional



# Resumen

- ✓ Punto de partida
- ✓ Preguntas de investigación
- ✓ Las teorías del Análisis de Necesidades
- ✓ Análisis (I)
- ✓ Análisis (II)
- ✓ Conclusión



# Punto de partida ...

<b>Zakelijk en Economisch Spaans 1 (2013-2014) (N = 190)</b>	
1. In het algemeen ben ik tevreden over dit opleidingsonderdeel	100%
2. De docent helpt met mijn vragen over en problemen met de leerstof van dit opleidingsonderdeel	100%
3. Het studiemateriaal is goed	100%
4. Het onderwijs van de docent is goed	100%
5. Er wordt voldoende duidelijk gemaakt wat ik moet kennen en kunnen aan het einde van dit opleidingsonderdeel	100%
6. De verschillende thema's in dit opleidingsonderdeel zijn goed op elkaar afgestemd	100%
7. De inhoud van dit opleidingsonderdeel sluit goed aan bij mijn voorkennis	50%
8. De inhoud van dit opleidingsonderdeel is relevant voor de opleiding	67%
9. Tijdens dit opleidingsonderdeel zijn er voldoende mogelijkheden om na te gaan of ik de leerstof goed begrijp	100%
10. Ik heb in dit opleidingsonderdeel veel bijgeleerd	100%

# U Preguntas de investigación (1)

¿Qué es un EFEC auténtico en el mundo globalizado actual?



¿Qué puede aportar el Análisis de Necesidades a este respecto?

# Preguntas de investigación (2)

Constataciones:

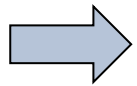
- ✓ las obras de consulta (MECR, Plan curricular del IC) apenas tratan *LSP* (Sánchez 2009)
- ✓ Los manuales EFEC no adoptan un punto de vista de globalización/ internacionalización (Vangehuchten 2013)



# Las Teorías del Análisis de Necesidades I

La primera corriente:

Munby 1978, Hutchinson & Waters 1987,  
West 1998



Present situation NA  
Target Situation NA  
Pedagogic NA





# Present situation (1)

## El español como activo económico, una realidad afianzada ...

- Norteamérica (México, Estados Unidos y Canadá) y España suman el 78% del poder de compra de los hispanohablantes.
- Compartir el español aumenta un 290% el comercio bilateral entre los países hispanohablantes.
- En 2011, las actividades desarrolladas por el conjunto de las industrias culturales ocupaban en España a más de 488.700 personas y 103.320 empresas desarrollaban su actividad económica principal en el ámbito de la cultura.
- Las empresas editoriales españolas tienen 162 filiales en el mundo repartidas en 28 países, más del 80% en Iberoamérica, lo que pone de relieve la importancia de la lengua común a la hora de invertir en terceros países.
- Más de 858.000 turistas viajaron a España en 2013 por motivo de estudios. Muchos de estos viajes se engloban en el denominado turismo idiomático.
- La comunidad hispana estadounidense es la 14.<sup>a</sup> potencia económica del mundo por poder de compra. El poder adquisitivo hispano se duplica cada década en los Estados Unidos.

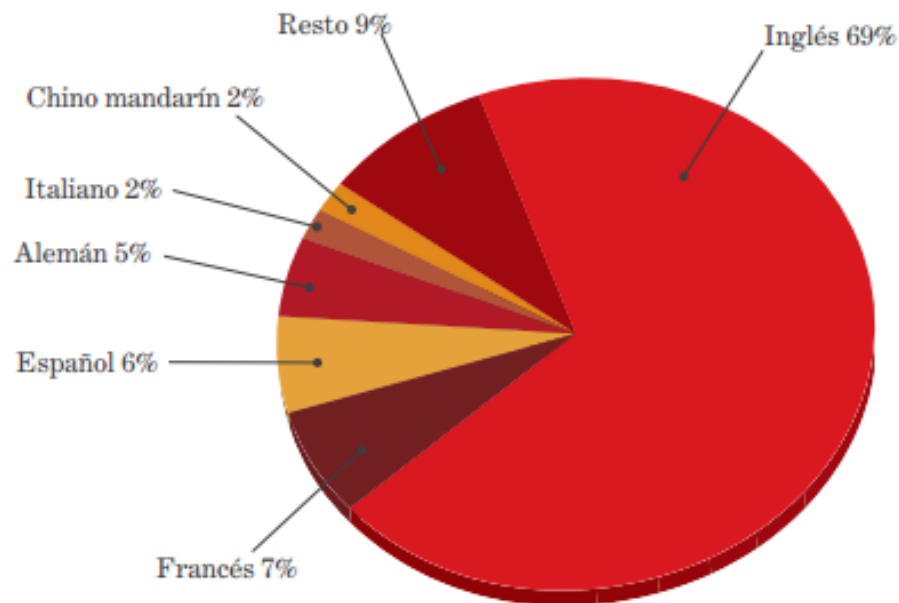




# Present situation (2)

¿O no?

Gráfico 1. Idiomas más estudiados como lengua extranjera







# Present situation (3)

## Business English Lingua Franca

Schumpeter

### The English empire

The  
Economist

A growing number of firms worldwide are adopting English as their official language

Feb 15th 2014 | From the print edition

Timekeeper

Like 2.2K

Tweet 840



Brett Ryder

FEB 21 2014  
3 COMMENTS

### THE DECLINE OF THE MONOLINGUAL ENGLISH NATIVE SPEAKER



# Present situation (4)

## test de inglés con 750.000 adultos

### EF EPI

EF ENGLISH PROFICIENCY INDEX

#### VERY HIGH PROFICIENCY

- 1 Denmark
- 2 Netherlands
- 3 Sweden
- 4 Finland
- 5 Norway
- 6 Poland
- 7 Austria

#### HIGH PROFICIENCY

- 8 Estonia
- 9 Belgium
- 10 Germany
- 11 Slovenia
- 12 Malaysia
- 13 Singapore
- 14 Latvia
- 15 Argentina
- 16 Romania
- 17 Hungary
- 18 Switzerland

#### MODERATE PROFICIENCY

- 19 Czech Republic
- 20 Spain
- 21 Portugal
- 22 Slovakia
- 23 Dominican Republic
- 24 South Korea
- 25 India
- 26 Japan
- 27 Italy
- 28 Indonesia
- 29 France
- 30 Taiwan
- 31 Hong Kong

#### LOW PROFICIENCY

- 32 U.A.E.
- 33 Vietnam
- 34 Peru
- 35 Ecuador
- 36 Russia
- 37 China
- 38 Brazil
- 39 Mexico
- 40 Uruguay
- 41 Chile
- 42 Colombia
- 43 Costa Rica
- 44 Ukraine

#### VERY LOW PROFICIENCY

- 45 Jordan
- 46 Qatar
- 47 Turkey
- 48 Thailand
- 49 Sri Lanka
- 50 Venezuela
- 51 Guatemala
- 52 Panama
- 53 El Salvador
- 54 Kazakhstan
- 55 Morocco
- 56 Egypt
- 57 Iran
- 58 Kuwait
- 59 Saudi Arabia
- 60 Algeria
- 61 Cambodia
- 62 Libya
- 63 Iraq



## Present situation (5)

**Multilingualism** can be ascribed to **multiculturalism** and refers to codes developed within specific regional, ethnic, professional or social groupings, as well as the nation state. [...] **In the multicultural organization**, the form and nature of multilingualism depend on factors such as organizational level (e.g. global, regional, national, local, individual), setting (e.g. parent company, subsidiary) and unit (e.g. function, position), which makes a sociolinguistic analysis of organizational **communication a very complex undertaking** (Tange & Luring, 2009, p. 221)



## Present situation (6)

### 3 importantes constataciones:

- En el mundo globalizado actual es imposible desempeñar una función comercial que no implique contactos internacionales o interculturales;
- El uso de sea BELF sea multilingüismo no impide que los hablantes reflexionen y actúen de acuerdo con sus propias normas socioculturales;
- De ahí que tanto la comunicación empresarial interna como externa sufra las consecuencias de barreras interculturales además de lingüísticas.



# Target situation (1)

## En el mundo empresarial globalizado:

- La diversidad lingüística se considera como una ventaja (Gunarsson 2013)

PERO

- Tal diversidad requiere formación y coordinación para evitar problemas y conflictos, y, por consiguiente, pérdidas económicas (De Groot 2012)



## Target situation (2)

El alumno EFEC actual debe idealmente llegar al mercado de trabajo equipado con “una inteligencia intercultural”

o

“una competencia comunicativa global/intercultural”,

además de sus competencias lingüísticas y específicas






# Pedagogical analysis (1)

Un mero contacto intercultural o lingüístico no parece ser suficiente: Fall et al (2013: 413) “The danger is that intercultural contact without intercultural communication training may encourage prejudices and stereotypes among university students interacting with students from other countries”



Cf. el siguiente "hallazgo" en un libro de ELE de la biblioteca de la Universidad de Amberes (13/11/14)...

 PARA TODOS LOS BELGAS  
QUE USEIS ESTE LIBRO, TENGO  
DOS COSAS QUE DECIR:

York 1<sup>o</sup> ESPAÑA ES MEJOR QUE  
BELGICA AUNQUE ALGUNOS  
LA ODIEN. SIMPLEMENTE  
MIRAR SU COMIDA <sup>OCEANO</sup>  
ATLANTICO, SU CLIMA,  
SU EQUIPO DE FUTBOL...

MINICANA





2º ME PARECE MUY BIEN  
POR OTRA PARTE QUE  
APRENDÁIS ESPAÑOL PORQUE  
POR FIN SABREIS UN IDIOMA  
BONITO, NO COMO VUESTRO DUTCH  
QUE ADEMÁS DE NO SERVIR NI  
PA TOMAR POR CULO, PARECE  
QUE OS HAN METIDO UN PENE  
EN LA BOCA Y ESTÁIS INTEN-  
TANDO ESCUPIRLO



Lag  
Ant  
La  
Valle d  
Viña

OCEANO  
PACIFICO



AD: LA PRIMERA RAZÓN NO LA  
PODEIS NEGAR PORQUE TODOS HABEIS  
ESTADO O QUEREIS IR A ESPAÑA  
A MAMAROS **AMÉRICA LATINA** TOMAR  
EL SOL Y LIGAR CON LAS ESPAÑOLAS. AHORA IBN QUE  
SEPAIS QUE NO SON TONTAS Y NO LAS GUSTAN LOS QUIRIS.

0 500 1000 1500 2000 km



ISLAS MALVINAS (G.B.)

*I rest my case 😊 ...*



# Pedagogical analysis (2)

**5 fases** (Storti 2009, Spitzberg & Changnon 2009)

1. Definir la CCI (el *iceberg*: comportamiento visible, valores y supuestos invisibles)
2. Identificar sus propios valores y supuestos
3. Identificar los valores y supuestos del otro
4. Aprender cómo gestionar las diferencias
5. Aprender a reconocer los peligros (por ej. no dejarse llevar por los estereotipos, tener en cuenta la posible influencia de la etnocentricidad, no preconizar la motivación racional en detrimento de la emocional)



# Pedagogical analysis (3)

Locus of control (internal/external)

Concept of self or identity (individual/collective)

Attitude toward risk (risk taking/risk averse)

Attitude toward uncertainty (high tolerance/low tolerance)

Concepts of right and fairness (universalism/particularism)

Sense of limits (limited/unlimited possibilities)

Concept of status (egalitarian/hierarchical)

View of human nature (benign/skeptical)

Attitude toward time (monochromic/polychromic)

Management style (decentralized/centralized)

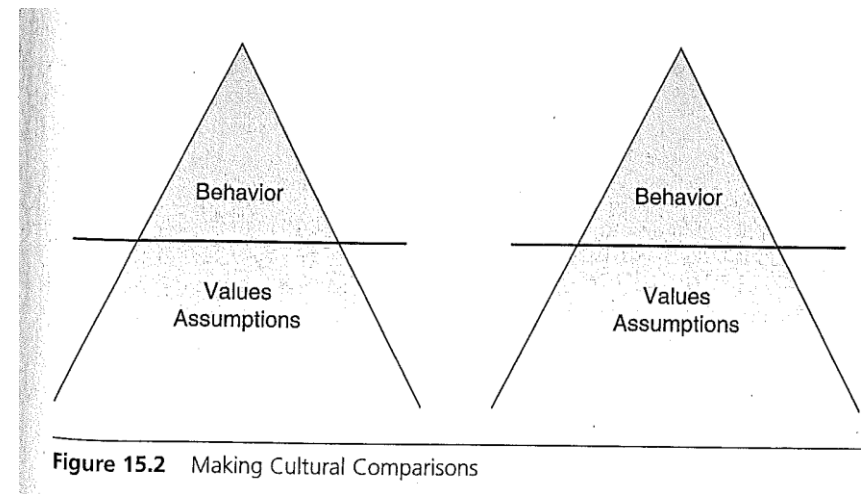
Manager-subordinate relations (equals/superiors and subordinates)

Degree of supervision (hands off/hands on)

Basis for decision making (heart/head)

Communication style (direct/indirect)

Task versus relationship orientation





# Implicaciones para EFEC basadas en el Análisis I

Urge un concepto de curso que se adecúe a una definición actual (global) de EFEC y que tenga en cuenta el desarrollo de una competencia comunicativa global o intercultural.



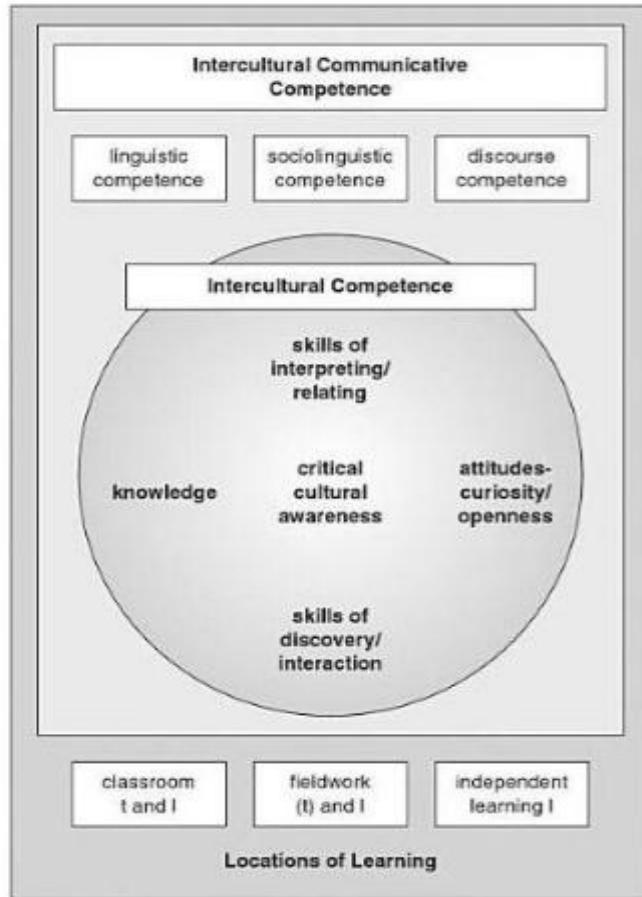
# El modelo de Byram (1)

Byram propone para la enseñanza de idiomas extranjeros para fines generales la combinación de 2 enfoques pedagógicos, el intercultural y el lingüístico, en uno nuevo:

## **Intercultural language education**



# El modelo de Byram (2)



¿Y la competencia específica?



Figure 3: Diagram summarising Byram's (1997) model of Intercultural Communicative Competence, which encompasses both communicative and intercultural competences (Byram, 2009, p. 323)



# Las Teorías del Análisis de Necesidades II

La segunda corriente (Long 2005):

la triangulación de **fuentes y métodos** para descubrir las competencias específicas necesarias:

- Profesionales (encuesta, entrevista)
- Grupo meta ( idem)
- Institucionales:

MCER: nihil para fines específicos en general

pero ¡ECVET sí!





# ECVET (1)

8.7.2009

EN

Official Journal of the European Union

C 155/11

**RECOMMENDATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL**  
**of 18 June 2009**  
**on the establishment of a European Credit System for Vocational Education and Training (ECVET)**  
(Text with EEA relevance)  
(2009/C 155/02)





## ECVET (2)

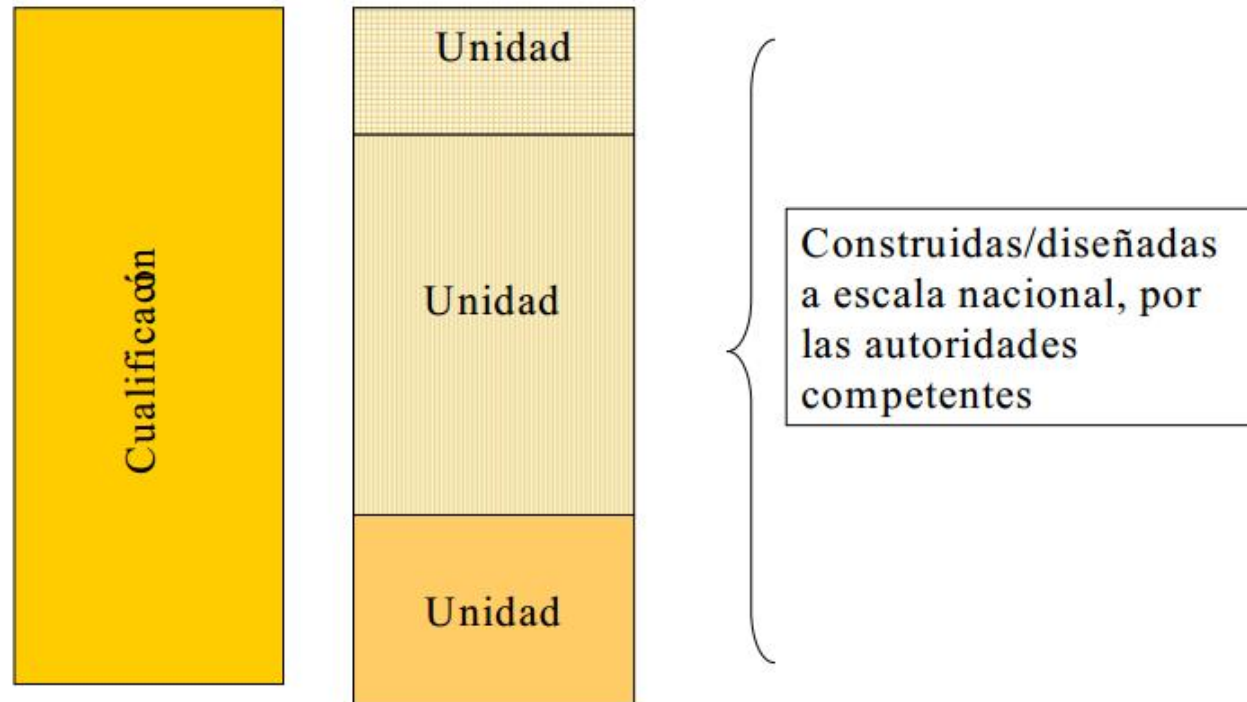
Los tres elementos básicos de ECVET:

- **Cualificaciones** europeas de referencia común (Qualifications)
- **Unidades de Resultados de Aprendizaje** (Units of Learning outcomes)
- Estos resultados son **Conocimientos, Destrezas y Competencias** (Knowledge, Skills and Competences)



# ECVET (3)

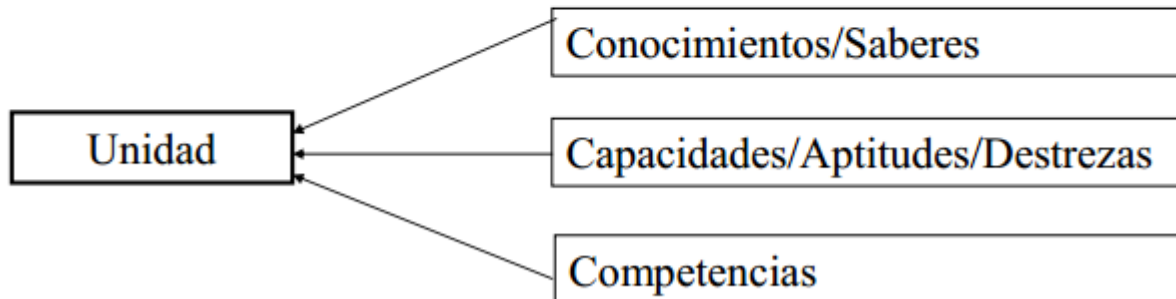
## El corazón/núcleo de ECVET: las unidades.





# ECVET (4)

Una cualificación se describe en términos de unidades de resultados/logros de aprendizaje.





## **EJEMPLO. Unidades de resultados de aprendizaje**

Cualificación:

- Operaciones auxiliares de mantenimiento en electromecánica de vehículos.

Unidades de competencia:


- Efectuar operaciones de mecanizado básico.
- Desmontar, montar y sustituir elementos mecánicos simples del vehículo.
- Desmontar, montar y sustituir elementos eléctricos simples del vehículo.

Conocimientos, destrezas y competencias:

- Describir las técnicas de mecanizado manual, seleccionar las herramientas y útiles necesarios para realizar las operaciones.
- Comparar las técnicas de unión entre piezas con el fin de seleccionar las herramientas y útiles necesarios para realizar las operaciones.
- Manejar con destreza las herramientas manuales eléctricas y neumáticas utilizadas en la mecanización, desmontaje y montaje de piezas.
- Interpretar planos de piezas y manuales técnicos de automoción.



# INTENT(1)

- INTernational ENTreprenurship 
- Desarrollo de un perfil de Cualificación para el emprendedor internacional
- Basado en un Análisis de Necesidades triangulado (3 métodos -encuestas, entrevistas y experiencia-, con 3 grupos meta)
- Con el fin de establecer los deseados Resultados de aprendizaje



# INTENT(2)

Possible tasks in international commerce context	Entrepreneurship	Intercultural intelligence
<b>International marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Monitoring the international market</i></li> <li>▪ <i>Collecting information abroad</i></li> <li>▪ <i>Analysing information about practices in the business world</i></li> <li>▪ <i>Constituting and maintaining a pluricultural network of contacts</i></li> </ul>		Identifying opportunities
<b>Planning and organising commercial activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Planning activities</i></li> <li>▪ <i>Organising services</i></li> <li>▪ <i>Choosing and deciding</i></li> </ul>		Turning ideas into concrete actions
<b>Import buying and export sales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Carrying out pre-sales activities (acquisition/proposition)</i></li> <li>▪ <i>Selling</i></li> <li>▪ <i>Following up sales</i></li> <li>▪ <i>Negotiating</i></li> <li>▪ <i>Import buying</i></li> </ul>		Carrying out actions

- *Dealing with external suppliers, business partners and clients as well as with employees who have a different cultural background.*
- *Negotiating commercial and logistic conditions, contract conclusion, payments*
- *Dealing with clients requests*
- *Dealing with foreigner authorities*
- *Dealing with marketing (plans)*
- *When setting up local offices and dealing with staff recruitment abroad*
- *In meetings and situations which require coordination (organisation of events abroad) and team management skills*
- *Presenting and communicating at fairs and exhibitions, meetings, etc*
- *Greeting*
- *Import buying and export selling*
- *Negotiating*



# INTENT(3)

Entrepreneurship			
	Knowledge	Skills	Competences
Identifying opportunities	<ul style="list-style-type: none"> <li>Principal worldwide trends in political, economical, business and social spheres</li> <li>Administration and legal systems of target countries</li> <li>Social political environment of the target countries</li> <li>Broad understanding on the way economy works</li> <li>Challenges associated with globalisation and technological innovation</li> <li>Business practices of the target countries</li> <li>Commercial trends in the target markets</li> <li>Needs of (potential) clients</li> <li>Market developments</li> <li>International legal aspects of intellectual property</li> <li>Possible difficulties doing business in a country</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifying possibilities for change and improvement: opportunities to fascinate and bind clients</li> <li>Creating and innovating</li> <li>Thinks out-of-the-box does not follow the beaten track</li> <li>Collecting information by listening and questioning clients</li> <li>Being interested in the environment (Collecting information through permanent market monitoring (desk research) and field research and checking reliability)</li> <li>Comparing and interpreting sources</li> <li>Making and maintaining contacts</li> <li>Identifying one's strengths and weaknesses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Self-motivation / motivation</li> <li>The will to improve matters</li> <li>Dares to follow own intuition</li> <li>Is realistic about opportunities, has a clear vision of the future</li> <li>Taking the initiative to discover more about the environment</li> <li>Sense of initiative / Initiative, proactive</li> <li>Use realistic vision and initiative to develop new ideas</li> <li>Power to sympathize or empathise??</li> <li>Imaginative power / Creativity; Creativity</li> <li>Innovative in personal, social and working life</li> <li>Openness to new perspectives</li> <li>Wanting to invest time</li> <li>Knows own strengths and weaknesses (My question: is it a skill or a competence?)</li> <li>Self confidence (my question: maybe we can use self confidence as a competence instead of "knows own strengths and weaknesses)</li> </ul>





# INTENT(4)

## Unit profile “International entrepreneurship”

	KNOWLEDGE	SKILLS	COMPETENCES <sup>T</sup>
<p><b>Activity 1:</b></p> <p>Searching for, initiating and instigating business opportunities at international level</p>	<p>K1. Definitions and best practice in entrepreneurship:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The basis of entrepreneurship</li> <li>- Entrepreneurship process</li> <li>- Role and responsibilities of an entrepreneur</li> <li>- Responsible Entrepreneurship</li> </ul>	<p>S.1. Setting goals according to identified possibilities for change and improvement</p> <p>S.2. Understanding the needs and priorities of customers (internal and external)</p> <p>S.3. Adapting or generating imaginative or innovative ideas</p>	<p>C.1. accept difference as an opportunity to learn</p> <p>C.2. accept to put team objectives before personal objectives</p> <p>C.3. assume responsibility in the workplace</p> <p>C.4. balance progress on objectives with getting all parties on board</p>
<p><b>Activity 2:</b></p> <p>Preparing, organising, participating, carrying out and following up international business activities</p>	<p>K.2. Goal setting:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategic, operational aims</li> <li>- Leadership qualities</li> <li>- Creative thinking techniques</li> </ul> <p>K.3. Business monitoring and knowledge management:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversity, complexity, ambiguity in globalized environment</li> <li>- Principal worldwide trends in political, economical, business and social spheres</li> <li>- Challenges associated with globalisation and technological innovation</li> <li>- Economic, political, legal, commercial monitoring of the environment/markets</li> <li>- Business monitoring techniques</li> </ul>	<p>S.4. Thinking out-of-the-box / challenging assumptions</p> <p>S.5. Obtaining and using all relevant information from a variety of sources (permanent monitoring)</p> <p>S.6. Identifying one's strengths and weaknesses</p> <p>S.7. Influencing others of your ideas and negotiating</p> <p>S.8. Setting priorities, assessing risks and making choices</p> <p>S.9. Tackling key issues and problems in a logical step-by-step way</p> <p>S.10. Setting high goals for self and others focusing on the delivery of targets and deadlines</p>	<p>C.5. be assertive</p> <p>C.6. be autonomous</p> <p>C.7. be curious</p> <p>C.8. be determined / resilient</p> <p>C.9. be emotionally intelligent</p> <p>C.10. be empathic</p> <p>C.11. be independent in fixing priorities</p> <p>C.12. be open minded</p> <p>C.13. be personally responsible ('accountability')</p> <p>C.14. be proactive</p> <p>C.15. be realistic</p>
<p><b>Activity 3:</b></p> <p>Managing diverse relations and contacts in different contexts and cultures</p>			

<sup>T</sup> Expressed as “The ability to...”



# Implicaciones para EFEC basadas en los Análisis I y II

El mundo internacional institucional (ECVET, INTENT)

El grupo meta actual  
mediante cuestionarios y  
entrevistas para conocer la  
situación actual y adaptar la  
pedagogía

El mundo profesional actual  
mediante cuestionarios y  
entrevistas para conocer la  
situación meta



# Conclusiones

- EFEC en el mundo globalizado NO se puede definir sin tener en cuenta la necesidad de que los alumnos adquieran una competencia comunicativa global, lo que implica la adquisición de principios de interculturalidad.
- Un tal curso EFEC requiere una investigación internacional basada en principios de las teorías el Análisis de Necesidades.
- Además, hacen falta estudios metodológicos sobre la efectividad de esta aplicación de CLIL (Liddicoat & Scarino 2013).



*iGRACIAS!*