**BTS CGO 2014**

**¿JEFE O MANAGER?**

Texte n°17

*El País,* 22/01/2014

Fuera de España, elegir un nombre para la empresa es como un ritual académico y encargan el trabajo a profesionales que acaban con 500 folios de propuestas encima de la mesa. En nuestro país, sin embargo, hay negocios que no piensan mucho en ello a pesar de ser su carta de presentación.

Muchos empresarios optan por poner un nombre en inglés a su compañía creyendo que así le abrirá más puertas en un mercado tan globalizado. En principio, parece fácil. Apple tiene nombre sencillo, un significado en español y es una empresa exitosa. ¿Por qué no puede funcionar nuestra idea? “A Apple le han rodeado tantos valores que ahora significa [innovación](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2013/10/18/actualidad/1382096354_076044.html), no manzana”, reflexiona Eladio Portela, profesor de la Universidad de Salamanca.

Elegir un nombre atractivo empresarialmente, sin embargo, es una tarea complicada. A pesar de la creencia popular, no siempre es recomendable usar el inglés en este aspecto. “A veces se quiere llamar la atención y se cree que el inglés va a ayudar a la internacionalización pero depende de lo que se quiera transmitir y del público al que se dirija” explica Eladio Portela. “Las que más lo utilizan son las start-ups y empresas de ámbito digital y tecnológico”, añade. La tienda online [BuyVip](https://www.amazon.es/ap/signin?openid.ns=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0&pageId=quarterdeck&openid.identity=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier_select&clientContext=277-0951378-0200413&openid.claimed_id=http%3A%2F%2Fspecs.openid.net%2Fauth%2F2.0%2Fidentifier_select&openid.mode=checkid_setup&marketPlaceId=A2TG6KGE1SCY95&openid.assoc_handle=quarterdeckes_buyvip_xd&openid.return_to=https%3A%2F%2Fes.buyvip.com%2Fsignin&openid.pape.max_auth_age=0&siteState=http%3A%2F%2Fes.buyvip.com%2Fhomepage%3Fhash%3D), la plataforma de comercio electrónico [FikStores](http://fikstores.com/es) y la de reclutamiento**1** de profesionales [SNTalent](http://www.sntalent.es/es/company), son algunos de los casos españoles.

Siempre que se elija un nombre en inglés para una empresa debe “tener una fácil pronunciación, ser diferenciador y que no sea una palabra ambigua que tenga ya su propio significado y cueste**2** posicionar en los buscadores de Internet”, según Portela. Otro de los aspectos que hay que cuidar es la connotación que la palabra pueda tener en español. Cada lengua se interpreta de una manera. “El público inglés es más pragmático y el español más emocional”.

**VOCABULARIO:**

1. el reclutamiento: *le recrutement*

2. costar = ser difícil