



República Argelina Democrática y Popular
Ministerio de la Enseñanza Superior y la Investigación Científica
Universidad AbouBekr BELKAID-Tlemcen



Facultad de Letras y Lenguas

Departamento de Francés

Sección de Español

Trabajo de Fin de Máster

En

"lengua y Comunicación "

El uso del español en el ámbito empresarial en Argelia ;
Las empresas españolas en colaboración con empresas argelinas

Elaborado por:

GOURARI Fatima Zohra

Bajo la dirección de:

Sr. BENAMMAR Fouad

Miembros del Tribunal:

Dra. SAHARI HAFIDA

M.C.A

Presidente

Universidad de Tlemcen

Dr. BENSAPHLA TANI Mohammed

M.C.B

Profesor

Universidad de Tlemcen

Dr.BENMAMARFouad

M.C.B

Director

Universidad de Tlemcen

Cursouniversitario. 2022-2023

Agradecimientos

Agradecemos ALLAH que nos brinda paciencia para cumplir este Trabajo de Fin de Máster. De estar con mí a cada paso que hacemos. Cuidándonos y dándonos salud, y fortaleza para continuar.

Un cordial agradecimiento a mí tutor señor Fouad BENAMMAR por su comprensión, su paciencia, su apoyo y por ser mí modelo de humildad y de un carácter abierto.

A los miembros del tribunal el profesor BENSAYLA TANI Mohammed y la profesora SAHARI HAFIDA por aceptar evaluar mí trabajo consagrando una parte de su preciso tiempo.

Para acabar agradecemos a todos los profesores del departamento de español que han dedicado sus conocimientos, sus experiencias y sus consejos a lo largo de mí carrera universitaria.

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años.

A mis hermanos Badreddine, Younes por ser mi fuente de motivación ,A mi querida abuela. A mi primas Islem,Aicha,Nabahat por estar siempre presentes acompañándome y por el apoyo moral.

A todos mis tíos y mis tías , a toda la familia Gourari,Makhlouf y Moussaoui.

A todas las personas que me han apoyado en especial a aquellos que mi abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Indice

Introduccion	6
Capitulo I: las relaciones hispano-argelinas	
1.El panorama historico	9
1.1cultura espanola en argelia	9
2.Las relaciones bilaterales entre espana y argelia	10
2.1 los eventos importantes en las relaciones hispano-argelinas comerciales	10
2.2 Eneregea	11
2.2.1 Gas	11
2.2.2 Petroleo	13
Capitulo II : comunicacion y las empresas	
1La comunicacion organizacional y empresarial	15
1.1 Tipos de la comunicacion organizacional	16
1.1.1 comunicacion formales	16
1.1.2 comunicacion informales	16
1.1.3 comunicacion descendente ,ascendente,y horizontal	17
1.1.4 comunicacion interna	17
1.1.5 comunicacion externa	18
1.2 Formas de comunicacion organizacional	18
1.2.1 comunicacion escrita	18
1.2.2 comunicacion masiva	19
2.Las empresas y su clasificacion	19
2.1 Tipos de empresa	20
2.1.1 Segun diversos criterios	20
2.1.2Segun el sector de actividad	20
2.1.3Segun la propiedad del capital	21

2.1.4 Segun el ambito deactividad	21
2.1.5 Segun el destino de los beneficios	22
2.1.6 Segun la forma juridica	22
3. Algunas empresas espanolas establecadas en argelia	23
Capitulo III :Parte practica	
1. La descripcion de la entrevista	25
1.1 La definicion de la entrevista	25
2. La primera entrevista con un gerente del hotel “Fourpointsby Sheraton SenorBekkoucheMustapha”	25
2.1 Analizar de la entrevista	28
3 La segunda entrevista con un empleado argelino en la empresa “TIBA INTERNACIONAL SA” Señor Guesmia Ibrahim El Khalil	28
3.1 Analizar la entrevista	30
Conclusion	32
Bibliografias	36
ANEXOS	38

Introducción

Introducción

El uso del español en el ámbito empresarial en Argelia representa un tema de creciente relevancia en un contexto globalizado donde la comunicación y los negocios internacionales son fundamentales para el desarrollo económico y las relaciones comerciales entre países. La elección del español como objeto de estudio se debe a su creciente influencia en el escenario internacional y su potencial como idioma de comunicación empresarial en una nación con lazos históricos y culturales con los países de habla hispana.

Las relaciones hispano-argelinas se remontan siglos atrás, Estos dos países han mantenido una relación significativa a lo largo de la historia por su proximidad geográfica y sus vínculos históricos, culturales y económicos. A través de los siglos, España y Argelia han establecido una relación que se ha mantenido a lo largo del tiempo. Como un tema muy interesante hemos elegido: el uso del español en el ámbito empresarial en Argelia: Las empresas españolas en colaboración con empresas argelinas

Los motivos de la elección de este tema ,primero y ante todo porque soy una estudiante y que tiene una relación con mi especialidad de estudio lengua y comunicación también la influencia de la cultura española en Argelia en los últimos años, y también porque las relaciones bilaterales entre España y Argelia en el ámbito económico, España es uno de los principales socios comerciales de Argelia y se considera como el país más importador en la lista de países importadores de Argelia gracias a sus recursos energéticos (gas, petróleo) . Los intercambios comerciales entre ambos países abarcan sectores como la energía, la industria, la agricultura, la educación y el turismo . Además, empresas españolas han invertido en proyectos en Argelia, particularmente en áreas como la construcción, la energía y las infraestructuras. En la actualidad las empresas españolas tienen una presencia significativa en el ámbito empresarial argelino.

Nuestra problemática consiste en: ¿qué importancia tiene el ELE en el dominio del comercio? ¿Cómo influye en las relaciones entre España y Argelia? ¿Qué oportunidades brinda de negocios y colaboración entre ambos países? ¿Existen dificultades de comunicación entre los empleados locales y los empleados extranjeros? ¿Qué estrategias se implementan para abordar estas dificultades para facilitar la comunicación entre las empresas argelinas y las empresas españolas en Argelia? A partir de estas problemáticas hemos desarrollado nuestra investigación.

Introducción

Según mi conocimiento la relación comunicativa si dos empresas comparten y hablan el mismo idioma y del mismo origen es imposible de enfrenten dificultades de comunicación al contrario de una empresa extranjera con otra. En Argelia tenemos muchas empresas extranjeras de diferentes orígenes establecidas en nuestro país como “*TIBA INTERNACIONAL SA*”; una empresa de rajas cartinas metálicas (fabricación).

Nuestro objetivo de esta investigación es adquirir sobre en qué forma las dos empresas comunican y como evitar el bloqueo comunicativo de dos lenguas diferentes. Investigar la presencia española en Argelia, Analizar las relaciones bilaterales entre España y Argelia, Estudiar la comunicación organizacional sus tipos , formas y descubrir la clasificación de las empresas

Para llevar a cabo este trabajo y alcanzar nuestro objetivo hemos dividido el mismo en tres capítulos. Los primeros capítulo es dedicados al marco teórico ; porque en nuestro trabajo es necesario presentar el aspectoteórico relacionando con el tema que nos interesa es decir: las relaciones hispano-argelinas .En el tercer capítulo expongo nuestro estudio de caso practico de algunas entrevistas con empleados.

En el primer capítulo de la parte teórica aborda la conexión existente entre Argelia y España, y como son las relaciones hispano-argelinas. También analizamos todo sobre la naturaleza del intercambio entre estos ambos países como empezó hasta la actualidad. En el segundo capítulo exploraremos cómo la comunicación impacta en el éxito de las empresas, tanto en sus operaciones internas como en su relación con el mundo exterior. Descubriremos la clasificación de las empresas también

En el ultimo capítulo es el campo práctico contiene a unas entrevistas con responsable y empleado como instrumento para recopilar dato.

Terminamos con una síntesis del resultado y una conclusión en la que damos respuesta a nuestras preguntas y al mismo tiempo, compruebo y averiguo nuestro hipótesis de investigación, concluyendo ofrezco una lista de referencias bibliográficas y anexos que utilizamos para realizar este estudio

Capítulo I
**Las relaciones hispano-
argelinas**

1. El panorama histórico

La historia entre España y Argelia se remonta a la época de la colonización española de Argelia, que comenzó en el siglo XVI. Los españoles establecieron colonias en la costa argelina, especialmente en Orán, Tlemcen y Mostaganem. Sin embargo, la presencia española en Argelia fue de corta duración y terminó en el siglo XVII.

En el siglo XIX, Argelia se convirtió en una colonia francesa, pero España mantuvo relaciones comerciales con Argelia. Durante la guerra de independencia argelina (1954-1962), España apoyó a Francia, pero también mantuvo relaciones diplomáticas con el gobierno provisional argelino.

Tras la independencia de Argelia en 1962, las relaciones entre España y Argelia fueron tensas debido a la cuestión del Sáhara Occidental, una antigua colonia española reivindicada por Marruecos y Mauritania. Argelia ha apoyado al Frente Polisario, un movimiento independentista saharauí, y ha estado en conflicto con Marruecos a este respecto. A lo largo de los años, las relaciones entre España y Argelia han mejorado, con visitas de alto nivel y acuerdos bilaterales en esferas como la energía, el comercio y la cultura. Sin embargo, la cuestión del Sáhara Occidental sigue siendo un punto de fricción entre los dos países. (Barba, 2022)

1.1 Cultura española en Argelia

La influencia de la cultura española en Argelia es una historia de tres siglos bajo el dominio militar español, desde la ocupación del Mers-El kebir y Orán de 1505 hasta la finalización del ejército español en toda Argelia en 1792. Y los numerosos emigrantes que han dejado una huella más apreciable hoy día en el español argelino porque fueron la razón de la difusión de la cultura española en Argelia, esto afectó a la vida diaria de los argelinos. El dialecto argelino y especialmente en el oeste de Argelia ha prestado algunos términos de origen español como el uso de la palabra “al camiz”. También hay en la gastronomía hasta hoy una comida muy famosa en Argelia que se llama «karantika» que es de origen español y que se llama en verdadero caliente. (Ahmed, 2013, p. 13)

Las relaciones culturales fueron institucionalizadas por primera vez y establece un primer Convenio de Cooperación Cultural, Científica y Técnica en junio 1968. Entre las actividades que se realizaron luego de la firma del convenio la creación del Instituto Hispano-Árabe de Cultura a la del Instituto ‘Cervantes’, a casi tres siglos el hispanismo argelino se

aparece en la Argelia moderna las relaciones hispano-argelinas conocieron una gran historia s como los diferentes ataques y bombardeos de Argel, la presencia militar en Orán, los intercambios comerciales y sociales.(Salhi, 2017)

2. Las relaciones bilaterales entre España y Argelia

La ubicación geográfica de un país es fundamental para comprender su historia y prever su futuro, y puede favorecer y mejorar sus relaciones con otros países. Históricamente, España y Argelia han mantenido relaciones cercanas debido a su proximidad geográfica ya los lazos culturales e históricos compartidos. Algunos de los entornos en los que han cooperado incluyen la economía, la energía, el tercer mayor cliente de Argelia y su cuarto proveedor y socio comercial es España.

Con el crecimiento del 16,92% de las exportaciones españolas hacia Argelia, el aumento de las importaciones, sobre todo gasísticas, no ha parado de crecer a lo largo de 2017. Esto ha provocado un aumento del déficit comercial con Argelia del 31,5%, que en 2012 se situaba en 3.479 millones de dólares. Las cifras del comercio exterior argelino reflejan también que el excedente comercial que aportan a Argelia las relaciones con España, está creciendo cada vez más.

Cuadro nº01: Exportaciones por países (principales países clientes) 2019-2020

PAÍS	MILLONES DE USD		ESTRUCTURA %
	2019	2020	
1 Italia	4.621,50	3.444,18	14,47
25,48%			-
2 Francia	5.053,50	3.257,06	13,69
35,55%			-
3 España	3.995,40	2.341,37	9,84
41,40%			-

Elaboración propia

Análisis del cuadro:

Los datos que ha proporcionado muestran el valor del índice bursátil de cada país (Italia, Francia, España) en un momento dado, comparando su valor actual con el valor del índice en un momento anterior.

Los valores presentados son los siguientes:

- Italia: 4.621,50 en el momento actual y 3.444,18 en el momento anterior, lo que representa una disminución del 25,48% del valor del índice.
- Francia: 5.053,50 en la actualidad y 3.257,06 en el momento anterior, lo que representa una disminución del 35,55% del valor del índice.
- España: 3.995,40 en el momento actual y 2.341,37 en la hora anterior, lo que representa una disminución del 41,40% del valor del índice.

En Estos datos observamos que el descenso del valor del índice es más pronunciado en España que en Italia y Francia.

2.1. Los eventos importantes en las relaciones hispano-argelinas comerciales

Cuadro n° 02: **Representa Los Principales Eventos En Las Relaciones Hispano-Argelina Comerciales:**

Fecha	Evento
El 22 de marzo de 2017	se realizó el VI Foro Económico y Empresarial Hispano-argelino en Orán, organizado por Casa Mediterráneo.
El 16 de mayo de 2017	el ministro argelino de Energía, Sr. Boutarfa, se reunió en Madrid con el ministro español de Energía, Turismo y para la Agenda Digital, Sr. Nadal, y el ministro de Asuntos Exteriores, Sr. Dastis.
El 3 de julio de 2017	CEPSA conmemoró su 30° aniversario de presencia en Argelia, con la presencia del ministro español de Energía, Álvaro Nadal.
El 14 de noviembre de 2017	El secretario de estado de Asuntos Exteriores y de Cooperación, D. Ildefonso Castro López, realizó una visita a

	Argelia.
Los días 18 y 19 de enero de 2018	el presidente de SEAT (automóviles) y la secretaria general del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad visitaron Argelia
El 3 de abril de 2018	varios ministros y funcionarios españoles asistieron a la reunión plenaria de la VII RAN (Reunión de Alto Nivel) entre España y Argelia, incluyendo a María Dolores de Cospedal (Ministra de Defensa) y Álvaro Nadal Belda (Ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital
El 3 de abril de 2019	Se ocurrió. el Comité Binacional del Programa de Conversión de Deuda externa de Argelia frente a España en inversiones públicas.
En 2013	el 51,6% de las importaciones de gas españolas provenían de Argelia
En 2019	España fue uno de los principales socios comerciales de Argelia ,ocupó el tercer puesto en la lista de clientes de Argelia en 2019, según datos de la AEAT, con un valor de 3.906 millones de euros, lo que equivale aproximadamente al 10% de las exportaciones argentinas.

Elaboración propia

2.2. Energía

La cuestión energética estuvo también en el origen de un largo contencioso entre los dos países durante la década de los 80. Argelia y España firmaron en 1974 un contrato de suministro de gas licuado por un periodo de 20 años.

Gracias al acuerdo se logró una cooperación económica mediante el de los proyectos de infraestructura en los campos de la protección del medio ambiente y gestión de recursos naturales

2.2.1 El gas:

El gas argelino desempeñó un papel fundamental como motor de la cooperación de España con Argelia. Al principio de los 90, esta tendencia se vio confirmada con la

construcción del gasoducto Magreb-Europa, inaugurado en 1996 pese a la crisis interna de Argelia en aquel momento.

Argelia es sin duda un socio estratégico, siendo el suministro del gas argelino de creciente importancia para España. Actualmente, Argelia suministra el 44% del gas consumido en España. Está en fase de construcción por *CEPSA* y *ENDESA*, asociadas con la argelina *Sonatrach*, la británica *BP* y la francesa *Gaz de France*, el segundo gasoducto que deberá unir directamente la región de Orán con Almería y que debería estar operativo en 2009. Durante este periodo, se produjo también un refuerzo paralelo de la presencia de las empresas españolas en el sector de los hidrocarburos argelino: en julio de 2002, se adjudicó a *CEPSA*, en alianza con *Total FinaElf*, la explotación de un yacimiento de gas en la cuenca de Timimún, y en diciembre del mismo año un nuevo bloque en Bechar. *Repsol* y *Gas Natural* obtuvieron la explotación de un yacimiento en la región de GassiTuli en el 2004. En el ámbito económico, el gobierno presidido por José María Aznar prorrogó el acuerdo firmado en 1996, estableciendo una cooperación financiera por valor de 900 millones de dólares (100 millones en créditos FAD, 400 en créditos a corto plazo, y los 400 restantes a medio plazo). El estrechamiento de las relaciones económicas ha seguido una curva ascendente, independientemente de los altos y bajos que se han podido observar en las relaciones políticas. España es actualmente el tercer cliente de Argelia con 5 mil millones de dólares de importaciones en el 2005, el 11 % de las ventas argelinas en el extranjero. Unas ventas que han conocido un notable incremento, el 40% desde 2004. España es el sexto suministrador de Argelia con mil millones de dólares en 2005. Las inversiones industriales españolas, con 11,4 millones de dólares, representaron algo más del 10% del total de las inversiones extranjeras totalizadas por Argelia en el 2005. En el 2002, las empresas españolas habían invertido 143 millones de \$, 86,9 millones en 2003 y 42,8 en 2004. (THIEUX, 2007) . En el marco de los proyectos otro punto de considerada los proyecto que tendría numerosos méritos, especialmente:

- Energético, puesto que contribuiría con cerca de 1000 millares de m³, correspondientes a entregas como consideradas de 30 Gm³/año sobre 30 años y más, al provisionamiento a largo plazo de Europa, tanto por gasoductos que bajo la forma de GNL.
- Industrial, por las fuertes caídas económicas que resultarían para todos los actores concernidos.

- Económico y comercial gracias, de una parte, a una inversión de menos coste y, de otra parte, a su flexibilidad contractual, técnica y operacional permitida por el filón de HassiR'mel, que tendrá un rol de pulmón de reserva (Marquina, 2012)

2.2.2Petróleo:

Argelia es uno de los mayores productores de gas y petróleo de África y tiene una industria petrolera bien establecida. La empresa SONATRACH; es la empresa nacional argelina de investigación, explotación, transporte por canalizaciones, transformación y comercialización de hidrocarburos y sus derivados. Su misión es aprovechar al máximo los recursos nacionales de hidrocarburos y crear riqueza al servicio del desarrollo económico y social del país. A través de esta definición, observamos que es la empresa responsable de la exportación, producción y comercialización del petróleo en Argelia.

España es uno de los principales importadores de petróleo de Argelia. Según los datos de la asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos (AOP). En el año 2020, España importó más de 5,3 millones de toneladas de petróleo crudo de Argelia.

Exportaciones por países principales clientes

	País	2002%	2003%	2004%	2005%
1	Argelia	58,2	57,4	49,8	44,9
2	Nigeria	7,6	16,9	18,0	15,2
3	Qatar	10,0	8,2	14,1	14,2
4	Egipto	-	-	0,3	8,5
5	Noruega	10,8	10,0	8,0	6,0

Fuente: Boletín Estadístico de hidrocarburos, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Anuario Estadístico de España, 2005

Capitulo II

comunicación y las empresas

1. La comunicación organizacional y empresarial

Para entender qué es la comunicación organizacional, centrémonos primero en el término 'comunicación'

Enrique Berenguer define la comunicación es inherente a la condición humana. No hay vida personal y colectiva sin voluntad de hablar, comunicar, intercambiar a escala individual y colectiva. Vivir es comunicar...(BEREGUER, 2010)

Para una comunicación sea efectiva encontramos los elementos siguientes : el emisor quien que envía el mensaje, el receptor es quien recibe el mensaje del emisor ,mensaje lo que el emisor le dice al receptor .también el canal por donde se envía el mensaje por ultimo hay el código que es conjunto de signos con los que forma el mensaje. (Berrio- Otxoa, 2016)

La comunicación es el factor clave para que una empresa logre sus objetivos, la comunicación desempeña un papel esencial en la vida humana sin comunicación no podemos hacer nada .

En este contexto debemos saber que tipo de comunicación que se va realizar dentro de una empresa.

La comunicación empresarial se define como el proceso por el cual una empresa se comunica con sus diferentes públicos, con el fin de transmitir información pertinente, fortalecer la relación con los clientes y promover un entorno de trabajo saludable (Cerragería, 2013)

La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinado res , y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida.(CASTRO, 2014)

Por otra parte, la comunicación es el fundamento para el desarrollo de la empresa y el éxito o el fracaso de una empresa todo depende de ella si hay una buena comunicación sin duda que la empresa va a avanzar en la dirección del éxito. Por otra parte, Nosnik (1996) plantea que para que la función de comunicación sea efectiva dentro y fuera de la organización esta debe ser:

la cultura :los principios y creencia que influyen en el toma de decisiones de una empresa
creatividad : es la capacidad de crear nuevos productos y servicios, inventar y innovar nuevas ideas
la comunicación: crear una estructura organizativa que la mejore al máximo el

conocimiento: se basa en la capacidad de reconocimiento de su creatividad y habilidades de comunicación, también en la continuidad del personal y su evaluación, la comunicación implica todo tipo de comunicación que se produce dentro de un ámbito empresarial particular. La comunicación empresarial contribuye al desarrollo de la capacidad de influir en los demás, provocando cambios en las actitudes y puntos de vista de las personas, impulsando la motivación, así como creando y manteniendo relaciones profesionales.

1.1 Tipos de la comunicación organizacional

1.1.1 Comunicación formal e informal:

Las comunicaciones formales se implica la comunicación formal en la relaciones entre miembros de mismo nivel, jefes y sus subordinados se constituyen por el conjunto de vías o canales establecidos por donde circula el flujo de información, relativo al trabajo entre las diversas poblaciones de la empresa. Estos canales tienen que ver con sólo los mensajes de organización autorizados y los mensajes personales están fuera de su jurisdicción

1.1.2 Las comunicaciones informales:

Es el intercambio de la información de manera espontánea, se adopta entre los empleados del mismo nivel de jerarquía, es el intercambio de la información de manera no oficial. En este tipo de comunicación la información que se transmite puede tener relación con las actividades de la institución o a la vez puede no tenerla.

La comunicación formal e informal son complemento una de la otra y están relacionadas entre sí para el mejoramiento y el aumento continuo de la organización en el ámbito de las comunicaciones.

Por último, para destacar podemos decir que la comunicación formal e informal, tiene como fin el enviar una serie de mensajes en la que se asegure una difusión adecuada por los procedimientos estipulados en la organización, estos mensajes suelen llevar implícitos los objetivos y políticas que se manejan dentro de la organización.

la comunicación multidireccional: descendente, ascendente, horizontal, transversal, interna y externa.

1.1.3 Comunicación descendente ,ascendente y horizontal

Comunicación Descendente: Esta clase de comunicación es utilizada para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los empleados, tiene como objetivo el indicar instrucciones claras y específicas del trabajo que se debe realizar; en dicha comunicación se pierde el valor comunicativo que lleva el mensaje.

Comunicación Ascendente: Es cuando los trabajadores de una organización se comunican con los directivos o superiores, dándoles a conocer el panorama general que sucede al interior de la organización, especialmente lo que acontece en los sitios de trabajo; ésta información suele ser detallada y específica.

Comunicación Horizontal: Se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de estos mensajes tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel.(Cerragería, 2013)

1.1.4 La comunicación interna

Por otra parte , cuando la comunicación dentro de la organización no sigue los caminos establecidos por la estructura, se dice que es comunicación informal y comprende toda la información no oficial que fluye entre los grupos que conforman la organización. La comunicación informal incluye el rumor.

La comunicación organizacional se mira en cinco perspectivas:

Primero, la comunicación interna en la empresa responde a la exigencia de satisfacer una necesidad latente en las personas que forman parte de la misma. Del reconocimiento de estas necesidades y la identificación de un mercado interno en la organización surge y se desarrolla el concepto del marketing interno. El empleado demanda a la empresa una mayor satisfacción en su trabajo y aumentar su nivel de participación dentro de la organización.

En segundo, la de recursos humanos, la comunicación interna satisface las necesidades propias de la empresa ya que contribuye a alcanzar los objetivos finales de la misma. Una adecuada información interna reduce la conflictividad y mejora el clima laboral.

Es importante que comunicación verbal y no verbal coincidan ya que tiene mayor

fuerza la comunicación verbal, ya que resulta más creíble al ser más difícil de falsificar.Las características del entorno actual en que se desenvuelve la empresa exigen una continua

adaptabilidad, así como la flexibilidad suficiente para minimizar los efectos del cambio y maximizar el provecho de las oportunidades que ofrece el entorno. Esa condición de adaptabilidad se ve favorecida en organizaciones en las que cada uno de sus miembros conoce y comprende la dirección de la organización. Éste es uno de los objetivos atribuidos también a la comunicación interna, es decir, saber transmitir con velocidad y claridad tanto la política empresarial como los cambios acontecidos en la misma. La posibilidad de utilizar la comunicación interna por la empresa como herramienta de gestión:

Que satisfaga la necesidad de difundir sus políticas y su propia identidad, forma parte de las funciones atribuidas a esta nueva función. De igual manera, incrementar el grado de compromiso e implicación de los miembros de la organización supone una necesidad inherente a la dirección de la empresa, y cuyo logro condiciona los resultados de la empresa. El plan estratégico de comunicación interna de una empresa se puede definir como una secuencia de fases que comprende el diagnóstico, diseño, ejecución y control de las acciones de comunicación.

De una parte, el diagnóstico es el primer paso del plan de comunicación interna de una organización. Debe dar a conocer los modos de comunicación existentes, qué medios se utilizan, y con qué eficacia, qué información se da y cuál no. Esta primera fase informa sobre los puntos fuertes y débiles del sistema de comunicación de la empresa. De otra parte, el control pretende verificar si la materialización y los resultados de las acciones de comunicación coinciden con las previsiones y objetivos. Esta última fase concluye con la propuesta de medidas correctoras que fundamentan el reinicio del proceso planificador (Cerrajería, 2013)

1.1.5 Comunicación Externa

Comunicación externa : Todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

Relaciones Públicas: Son las diferentes actividades y programas de comunicación que se crean para sostener las buenas relaciones con los diferentes públicos que forman la organización.

Publicidad: Son los diferentes mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos de comunicación que tienen como objetivo incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

Publicidad Institucional: Se considera como una herramienta de las relaciones públicas; ya que evoca en el público una imagen favorable de la organización (Cerragería, 2013)

1.2. Formas de comunicación organizacional

“La comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes, que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”. Estos mensajes se pueden transmitir en diferentes niveles y de diversas maneras, por ejemplo:

1.2.1 Comunicación escrita.

La Comunicación escrita es clara, precisa, completa y correcta; se califica como información de primera mano y se deja constancia. Por medio de ella las personas tienen la oportunidad de poder regresar a segmentos anteriores al mensaje, lo que permite una mejor comprensión en la información. Esta puede darse a través de:

Carta: Es el medio más usado dentro de la organización para las personas ausentes, en la cual se comunica alguna cosa de interés personal o grupal.

Memorando: Es el medio más usado, que lleva como objetivo el recordar mensajes o información con referencia a instrucciones internas que los empleados deben realizar dentro de la organización.

Carteleras: Son calificadas como un factor clave en la organización, allí se suele manejar información a través de otros medios sobre actividades de motivación o mensajes de interés general para los empleados y directivos, algo muy importante para que éstas funcionen se debe tener en cuenta su ubicación; es decir la empresa establece sitios estratégicos por donde hay mayor flujo de personal

Revista: Es una forma de comunicación tradicional más común y con mayor aceptación dentro de la empresa, en la cual se propicia la participación activa de todas las actividades, en aras de contribuir al fomento de la investigación y de acontecimientos afines a la comunicación; en las revistas se consigna la realidad de la organización.

Periódico: Envuelve un área de conocimientos especializados, en muchos casos el periódico es utilizado para ganar tiempo en el ámbito de la información.

Boletín: Es un medio de comunicación donde se maneja información especializada para los públicos internos y externos de la organización.(Cerragería, 2013)

1.2.2. Comunicación masiva

La Comunicación masiva es la comunicación permanente que genera mensajes y noticias de manera específica, coherente, directa y sincera, para los públicos internos y externos de la organización. Esta se da por medio de:

Entrevista: Es uno de los medios más utilizados dentro de la organización para la selección del personal; en otros casos la entrevista es empleada como un instrumento preliminar para estructurar la comunicación interna; ahí se puede aplicar una conversación específica para determinar los elementos que pueden intervenir en los problemas que aquejan a la organización en ese ámbito.

Reuniones: Se puede definir como una comunicación directa, donde intervienen más de dos personas; las reuniones son dirigidas por alguno de los integrantes de la organización, donde se retroalimentan, se transfiere información de interés general y lo más importante se toman decisiones que tiene por objeto llegar a un acuerdo común para el beneficio de la organización.

Circuito cerrado de televisión y radio: Medios de comunicación que tiene como fin lograr una buena influencia y ofrecer grandes posibilidades de retroalimentación; allí los directivos, administrativos y empleados pueden tener una visión más precisa sobre actitudes y sentimientos generados en la interacción y percibir con mayor facilidad cual va a ser el comportamiento del otro; ese tipo de información suele desarrollarse en la comunicación no verbal.(Cerragería, 2013)

2. Las empresas y su clasificación:

La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio

.....“Para Rodrigo Uria (catedrático de Derecho Mercantil por la Universidad de Madrid) la empresa sería “el ejercicio profesional de una actividad económica planificada, con la finalidad de intermediar en el mercado de bienes o servicios.”

2.1 Tipos de empresa

2.1.1 Clasificación Según Diversos Criterios:

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes:

2.2.2 Según el Sector de Actividad: Se clasifican en:

- Empresas del Sector Primario: También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc
- Empresas del Sector Secundario o Industrial: Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.
- Empresas del Sector Terciario o de Servicios: Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc (Elio, 2003, p. 82)

Según el Tamaño: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales (Fleitman, 2000, p. 22 23)
- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados (Fleitman, 2000, p. 22 23)
- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite
- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente

2.2.3 Según la Propiedad del Capital: Se refiere a: si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En ese sentido, se clasifican en:

- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.
- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares (Elio, 2003, p. 82 86) .

2.2.4 Según el ámbito de Actividad: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social . En este sentido las empresas se clasifican en:

- **Empresas Locales:** Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio
- **Empresas Provinciales:** Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país

- Empresas Regionales: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones .
- Empresas Nacionales: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación
- Empresas Multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país (Elio, 2003, p. 82 86)

2.2.5 Según el Destino de los Beneficios: Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- Empresas con ánimo de Lucro: Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc...

- Empresas sin ánimo de Lucro: En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo (Elio, 2003, p. 82 86)

2.2.6 Según la Forma Jurídica: La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad . La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa . En ese sentido, las empresas se clasifican —en términos generales— en:

- Unipersonal: El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa
- Sociedad Colectiva: En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa
- Cooperativas: No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa .
- Comanditarias: Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: Los socios propietarios de estas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa
- Sociedad Anónima: Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan,

pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan (Elio, 2003, p. 82 86)

3. Algunas empresas espanolas establecidas en: Argelia

Empresa	Sector de actividad	Empresa matriz en espana
EMMSA ETABLISSEMENT STABLE AU ALGERIE 35 Plage La Caroube AnnabaAnnaba 23000 Argelia	SERVICIOS RELACIONADOS CON LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS MINERALES, MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN Y METAL	EMMSA
GUAS DE SKIKDA SPA 94 Lotissement Bois des Cars II Dely Ibrahim ArgelArgel Argeli	SERVICIOS RELACIONADOS CON LOS RECURSOS HÍDRICOS	GEIDA SKIKDA SL
SARL TESMA ALGERIE Rue Larbi Tebessa 16 RelizaneRelizane Argeli	SERVICIOS DE CONSTRUCCIÓN Y CONEXOS	CONSTRUCCION INTEGRAL TESMA
TIBA INTERNATIONAL Chein Brahim Maïza Route de la Gare BT1-2ETEx Lot De Chèvre Skikda Skikda Argeli	RANSPORTE MARÍTIMO DE PASAJEROS - TRANSPORTE MARÍTIMO DE MERCANCÍAS - OTROS SERVICIOS DE TRANSPORT	TIBA INTERNACIONAL SA
SARL MARTINEZ Y SANZ ALGERIE 5 Rue des Frères Belhadj Cite A Zhun Sud Batiment B Tizi Ouzou Tizi Ouzou Argelia	SERVICIOS GENERALES DE CONSTRUCCIÓN	MARTINEZ Y SANZ - PROMOCIONES Y CONSTRUCCIONES SL
TIBA INTERNATIONAL 04 Rue Kheloufi Houari Orán Orán Argelia	TRANSPORTE MARÍTIMO DE PASAJEROS - TRANSPORTE MARÍTIMO DE MERCANCÍAS - SERVICIOS DE LOGÍSTICA	TIBA INTERNACIONAL SL
ETAIR SAHARA Red MedRoute in Amenas Hassi Messaoud Argelia	TRANSPORTE AÉREO DE PASAJEROS	JETAIR SPAIN SL

fuelle:Docplayer ;las empresas españolas establecidas en Argelia 2016

Capítulo III

Parte practica

1 La descripción de la entrevista

En esta última fase de nuestro trabajo, proponemos una experimentación que hemos realizado en el mes de mayo 2023, en la ciudad de Oran. Hemos utilizado la técnica de la entrevista con el propósito de profundizar en el tema de nuestra investigación .La primera entrevista fue con un gerente del hotel “FOUR POINTS BY SHERATON” . Y la segunda fue con un empleado argelino en una empresa española establecida en Argelia “TIBA INTERNACIONAL Sa.”

Las entrevistas incluyen 12 preguntas, fueron preguntas directas y claras, señalamos que todas las entrevistas tuvieron un duración entre 30 y 45 minutos, utilizando la toma de notas en un bloc de notas.

El objetivo de esta experimentación es mostrar como se hace la comunicación entre una empresa argelina y una empresa española, y por cual medio comunican .de una manera dialogante

1.1La definición de la entrevista

La entrevista es una conversación dirigida entre un investigador y un individuo o grupo de individuos ,donde el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde con un propósito de recolectar información.

2 La primera entrevista con un gerente del hotel “Fourpointsby Sheraton SenorBekkoucheMustapha”

Pregunta n°1:

la investigadora preguntó al entrevistado si podía hablar un poco sobre la colaboración entre su hotel y las empresas españolas en Argelia. A lo cual, el entrevistado respondió que la colaboración con empresas españolas en Argelia era muy importante para ellos. Explicó que el hotel tenía acuerdos de colaboración con varias empresas españolas que tenían operaciones o proyectos en Argelia. Además, mencionó que esto implicaba que muchos empleados de dichas empresas se alojaban en su hotel durante sus estancias en el país.

El objetivo de esta pregunta es obtener información sobre la colaboración entre el hotel y las empresas españolas en Argelia. Se busca conocer cómo se ha establecido esta colaboración, qué tipo de relación existe y cuáles son los beneficios mutuos que se derivan de ella.

Pregunta n°2:

La investigadora fue preguntado en ese contexto si podría compartir algunas estrategias o herramientas que utilizaban para facilitar la comunicación con esas empresas. En respuesta, Sn bekkouche explicó que utilizaban una combinación de herramientas y enfoques para facilitar la comunicación. Además, mencionó que tenían un equipo dedicado encargado de gestionar las relaciones con las empresas colaboradoras. También señaló que las empresas siempre acudían acompañadas de un intérprete

El objetivo de esta pregunta es obtener información sobre las estrategias o herramientas que se utilizan para facilitar la comunicación con las empresas. y se busca conocer las prácticas o enfoques específicos que se emplean para mejorar la comunicación y la colaboración con las empresas, lo que puede ser útil para alguien que esté interesado en aprender más sobre el tema o mejorar sus propias habilidades de comunicación empresarial.

Pregunta n°3:

La investigadora preguntó al entrevistador cómo procedían en cuanto a los documentos oficiales entre ellos y las empresas, y también cómo se enviaba el documento en qué lengua. El investigador respondió que en general los documentos son traducidos al inglés, ya que es el idioma que todos conocen, pero también mencionó que hay ciertos documentos en español, por lo que ellos mismos se encargan de hacer la traducción. Además, añadió que algunos documentos son traducidos previamente, lo cual facilita la tarea.

El objetivo de esa pregunta es obtener información sobre el proceso de intercambio de documentos entre los empleados del hotel y las empresas españolas, así como el idioma en el que se envían los documentos.

Pregunta n°4:

La investigadora preguntó si había algún sitio o aplicación que estuviera utilizando para la traducción. El entrevistador respondió afirmativamente, mencionando que existían opciones como Google Traducción, Grammarly y mencionó que recientemente había sitios de inteligencia artificial, como el chatgpt.

El objetivo de esa pregunta es averiguar si estás utilizando algún sitio web o aplicación específica para realizar traducciones.

Pregunta n°5:

La investigadora preguntó si conocía algunas palabras en español. El entrevistador respondió que estaba lejos del español, pero conocía algunas palabras que eran más usadas, como "buenos días", "adiós", "hasta luego" y "hola".

El objetivo de esa pregunta es determinar si tienes conocimiento con el idioma español

Pregunta n°6:

La investigadora preguntó si existían desafíos específicos en la comunicación debido a las diferencias culturales o lingüísticas. El entrevistador respondió que sí había algunos desafíos inherentes a las diferencias culturales y lingüísticas. Añadió que, aunque el español era el idioma principal utilizado, también era importante tener en cuenta las diferencias culturales entre España y Argelia. Explicó que las normas de etiqueta, las costumbres y las formas de hacer negocios podían diferir en ciertos aspectos. Afirmó que era crucial para el personal comprender y adaptarse a estas diferencias para garantizar una comunicación efectiva y una experiencia satisfactoria para los huéspedes.

El objetivo de esa pregunta es explorar y comprender si existen desafíos particulares en la comunicación que surgen debido a las diferencias culturales o lingüísticas.

2.1 Análisis de la entrevista:

La entrevista con el Señor Bekkouche Mustapha muestra la importancia de la colaboración entre el Hotel "Fourpoints by Sheraton" y las empresas españolas en Argelia, También los esfuerzos realizados para facilitar la comunicación a pesar de las diferencias culturales y lingüísticas. El Señor Bekkouche menciona el papel de un equipo dedicado, la traducción de documentos y el uso de herramientas como la traducción en línea para superar estos desafíos

3 La segunda entrevista con un empleado argelino en la empresa "TIBA INTERNACIONAL SA" Señor Guesmia Ibrahim El Khalil

Pregunta n°1:

La investigadora preguntó al entrevistador si podía decirles cuál era su papel en la empresa y cuánto tiempo llevaba trabajando en la empresa. El entrevistador respondió que había estado trabajando en esa empresa española en Argelia durante los últimos dos años. Añadió que era ingeniero eléctrico y formaba parte del equipo de proyectos de la compañía. Además, mencionó que había sido una experiencia muy enriquecedora trabajar en un ambiente multicultural como ese.

El objetivo de esa pregunta es obtener información sobre el papel del Señor Guesmia en la empresa

Pregunta n°2:

La investigadora preguntó sobre la forma de comunicación en la empresa española el entrevistador describió que la relación y la comunicación en la que trabaja como bastante formal y respetuosa. Según el señor Guesmia, los empleados utilizan una metodología especial para transmitir la información, que consiste en emplear una gran pizarra para escribir las palabras técnicas junto con sus traducciones. Esta práctica se implementa debido a las dificultades que tenían para comprender dichas palabras.

El objetivo de esa pregunta es obtener una descripción de la forma de comunicación en la empresa española en la que trabaja. Se busca comprender cómo se lleva a cabo la comunicación dentro de la empresa, qué métodos o canales se utilizan para facilitarla.

Pregunta n°3:

La investigadora preguntó si el entrevistador podría decirle cuáles eran los principales idiomas utilizados en la empresa. El entrevistador respondió que en su empresa se utilizan principalmente dos idiomas: español y árabe. Explicó que cada trabajador habla su propio idioma, pero notaron que los trabajadores argelinos comprenden más rápido que los españoles. Además, mencionó que también se utilizan medios tecnológicos como las aplicaciones "Duolingo" y "Google Traducción".

El objetivo de esta pregunta "¿Podría decirme cuáles son los principales idiomas utilizados en la empresa?" es obtener información sobre los idiomas que se utilizan con mayor frecuencia en el entorno laboral de la empresa.

Pregunta n°4:

La investigadora preguntó al señor Guesmia si había notado alguna diferencia en el estilo de comunicación entre sus colegas españoles y él, como argelino, y si existían barreras culturales o de idioma que hubieran afectado la comunicación en el trabajo. El entrevistador respondió afirmativamente, señalando que definitivamente había diferencias culturales y de comunicación que él había observado. Agregó que estas diferencias inicialmente condujeron a algunas malas interpretaciones, pero con el tiempo, todos aprendieron a comprender y adaptarse a los diferentes estilos de comunicación. Aunque él tenía un buen dominio del español, a veces era un desafío comprender las expresiones idiomáticas utilizadas por sus colegas españoles. Sin embargo, destacó que la mayoría de ellos eran comprensivos y estaban dispuestos a explicar o utilizar un lenguaje más claro cuando era necesario.

El objetivo de estas preguntas es explorar y comprender si ha habido diferencias en el estilo de comunicación entre las colegas españolas y el empleado como argelino, así como identificar si han existido barreras culturales o de idioma que hayan afectado la comunicación en el trabajo. Y para comprender mejor las dinámicas de comunicación en un contexto multicultural y promover una comunicación efectiva en el lugar de trabajo.

Pregunta n°5:

La investigadora preguntó al señor Guesmia si había alguna estrategia específica que la empresa hubiera implementado para fomentar una mejor comunicación en un ambiente multicultural. El entrevistador respondió afirmativamente, Explicó que se habían llevado a cabo cursos de idiomas dirigidos a aquellos empleados que necesitaban mejorar su español, inglés o árabe.

El objetivo de esta pregunta es obtener información sobre las acciones que la empresa ha emprendido para mejorar la comunicación en un ambiente multicultural y evaluar su compromiso con la diversidad y la inclusión.

3.1 Analizar la entrevista

Según las respuestas del Señor Guesmia analizamos que el intercultural puede ser un desafío en un entorno laboral multicultural, pero también demuestra cómo las empresas pueden implementar estrategias efectivas para superar estas barreras y fomentar una comunicación efectiva.

Conclusión

conclusion

La conclusión general a la que llegamos gracias a este estudio es las relaciones hispano-argelinas en el ámbito de la comunicación y las empresas son dinámicas y se encuentran en constante evolución. A pesar de los desafíos históricos y culturales, se han realizado esfuerzos significativos para fortalecer los lazos entre ambos países. La comunicación digital ha desempeñado un papel fundamental en la facilitación de la interacción y el intercambio de información, mientras que la colaboración empresarial ha generado oportunidades económicas para ambas naciones. Se espera que este estudio sirva como base para futuras investigaciones y acciones que impulsen aún más las relaciones hispano-argelinas en beneficio mutuo.

Las relaciones hispano-argelinas existen desde la antigüedad, Ambos países se afrentaban conflictos gracias a la historia que tienen común, Además las huellas culturales que ha dejado España en Argelia y lo más interesante sobre todo es sus situaciones geográficas de los dos países.

En la actualidad y en los últimos años Argelia y España han conocido una gran evolución en sus relaciones bilaterales comerciales y han dado un salto cualitativo plasmado en la firma de numerosos acuerdos. Estas relaciones entre ambos países se inician tras el reconocimiento por parte del Gobierno español de Argelia como país soberano después de su independencia en 1962. Además, notamos que Argelia desempeña un rol esencial en el comercio de España, lo que convirtió a España uno de los calientes más importantes de Argelia gracias a sus recursos energéticos (gas, petróleo). En relación a las empresas, se ha constatado que existen oportunidades significativas para la colaboración económica entre España y Argelia. Ambos países poseen sectores económicos complementarios, y se han establecido acuerdos y alianzas comerciales en diversos campos, como energía, infraestructura y turismo. Además, se ha observado un creciente interés de las empresas españolas por invertir en el mercado argelino, así como de las empresas argelinas por expandirse en España. Estas iniciativas empresariales han contribuido al fortalecimiento de las relaciones bilaterales y a la generación de empleo y desarrollo económico en ambos países. En pocas palabras intentamos a través esta investigación y después hacer diferentes entrevistas con la conclusión de que el medio que facilita la comunicación entre las dos compañías es los medios de traducción y el papel del equipo dedicado, la traducción de documentos y el uso de herramientas como la traducción en línea para superar estas dificultades que les ayuda a evitar el bloqueo comunicativo y también el uso de términos, También hemos notado que en los dos lados tenemos empleados que

conclusion

dominan la lengua árabe y la lengua inglés (una mezcla de lengua) pero la lengua inglesa es mucho más usada (*Hotel FourPointsby Sheraton*)

En el lado de la empresa (*TIBA INTERNACIONAL SA*) observemos que existen dificultades de comunicación entre los empleados mucho más en las palabras técnicas pero las dos empresas hacen esfuerzo para evitar este problema gracias a la presencia de personas de los dos lados que dominan diferentes lenguas

Bibliografías

Libros

- Ahmed, K. (2013). *CONTRIBUCIÓN AL ESTUDIO DE LOS HISPANISMOS EN EL OESTE DE ARGELIA: CORPUS LÉXICO, ANÁLISIS FONÉTICO, MORFOLÓGICO Y SEMÁNTICO. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.*
- Barba, R. (2022). *Conflicto Marruecos-Argelia: papel de España y escenarios a medio plazo. universidad Navarra.*
- Echeverría, C. (2012). *El fortalecimiento de las relaciones con Argelia durante los gobiernos del partido popular(1996-2004). Foro Hispano-Argelino.*
- FEY, H.-L. (1858). *Histoire d'Oran avant, pendant, et après la domination espagnol. Typographie Adolphe Pierre.*
- KEBDANI, F. (2013). *POLÍTICA EXTERIOR DE ARGELIA DURANTE EL MANDATO DEL PRESIDENTE HOUARI BOUMEDIÈNE, (9165-1978).*
- Marquina, A. (2012). *Las Relaciones Hispano-Argelinas Contexto histórico, desafíos y proyectos . Foro Hispano-Argelino.*
- Muñoz, M. V. (2021). *El papel de España al inicio de la guerra de Argelia (1954-1956. Historia Contemporánea.*
- THIEUX, L. (2007). *Las relaciones hispano-argelinas desde el final de los años ochenta: el laborioso camino hacia un verdadero partenariado estratégico. Anales de Historia Contemporánea.*
- (Elio, 2003)
- (Fleitman, 2000)
- CASTRO, A. D. (2014). *comunicacion organizacional tecnicas y estrategias. UNIVERSIDAD DEL NORTE .*
- Don Juan Carlos centra las relaciones en el sector "estratégico" de la energía. (2007). *El pais .*
- Nahel, A. (s.d.). *Balance del español de los negocios en Argelia. cervantes es*
- ظروفهما وانعكاساتهما على العلاقات بين 1791 او 1786معاهدتنا الجزائر مع إسبانيا .! ع. فكايير
مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية. البلدين

Sitios electronicos y articulos

- <https://www.rtve.es/noticias/20220608/tratado-amistad-entre-argelia-espana-consecuencias-ruptura/2370503.shtml>. (s.d.).

- *LA COMUNICACIÓN Y SU IMPORTANCIA EN LA EMPRESA . (2013).*
- *Salhi, S. E. (2017). Relaciones hispano-argelinas: la dimensión cultural. El genio maligno.*
- *SELMA, K. R. (2019 /2020). Las empresas españolas en colaboración con empresas argelinas Caso de estudioAZ HOTEL,INDEGO GLOBAL. Universidad ABDELHAMID BEN BADISMOSTAGANEM..*
- *https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/argel_2019/47_sahari-salhi.pdf*
- *<https://www.realinstitutoelcano.org/comentarios/urge-preservar-la-buena-vecindad-energetica-entre-argelia-y-espana/>*
- *<https://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>*
- *<https://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.htm>*

Anexos

Anexos



La situación geográfica de Argelia

Sacade de : <https://www.google.com/url?>



sacado de: <https://www.google.com/search?q=Situaci%C3%B3n+geogrTndLy4OAs8A0>

La situación geográfica de España

Anexos



sacado de : <https://www.google.com/url?sa=i&url=>

Santa Cruz es un símbolo de la presencia española en Orán



Scadade : <https://www.google.com/url?s1>

La aproximación geográfica entre Alicante y Orán

Anexos



Sonatrach y Naturgy llegan a un acuerdo para renovar el suministro de gas a España y revisar los precios al alza

Sacado de: <https://www.atalayar.com/articulo/economia->



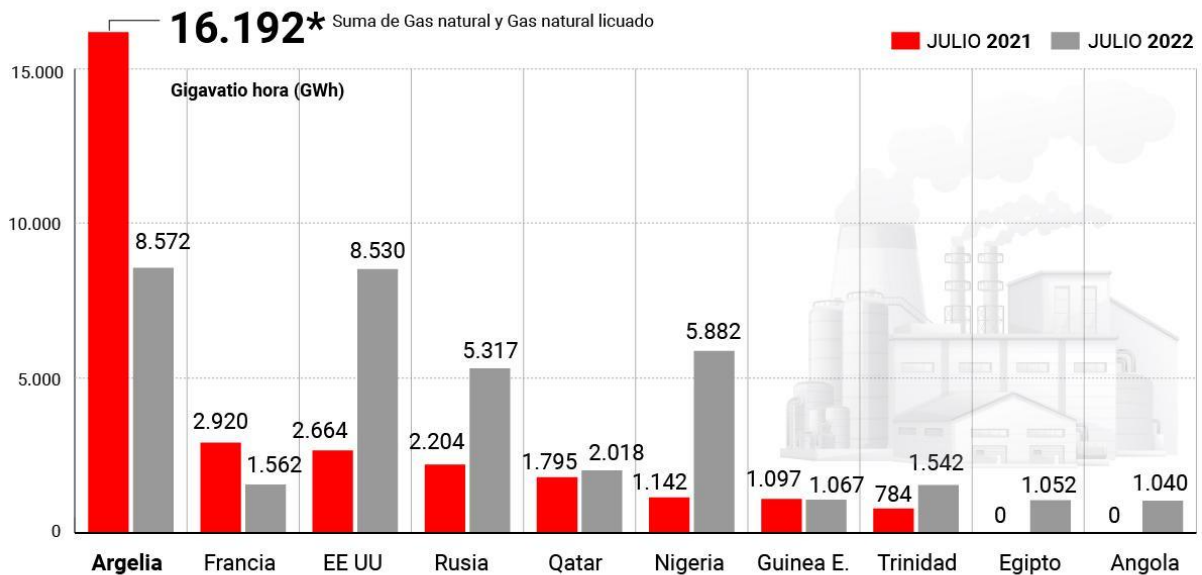
El presidente de Argelia, AbdelazizBouteflika, recibe al expresidente del Gobierno español, José María Aznar (derecha), a la llegada de Aznar al aeropuerto de Argel

Sacado de :<https://www.publico.es/politica/tratado-amistad-argelia-roto-20-anos>



La visita de Juan Carlos a Argelia con el presidente AbdelazizBouteflika Sacado de: <https://unlegadoreal.es/viajes/argelia-2007>

Total de importaciones de gas desde España



FUENTE: Agencias GRÁFICO: Carlos G. Kindelán

20minutos

sacado de : <https://www.google.com/url>

Anexos

1.1. La primera entrevista es con Entrevista con el gerente del hotel “Fourpointsby Sheraton” Oran Señor BakkoucheMustapha:

Fatima: buenos días señor, muchísimas gracias de dar me la oportunidad de tener una entrevista con usted, ¿podría presentarse su role en el hotel? Señor Bakkouche: Buenos días, soy el gerente del Hotel” Fourpointsby Sheraton”.

Fatima: Sabemos que su hotel tiene colaboración con empresas españolas, ¿podría hablarme un poco sobre la colaboración entre su hotel y las empresas españolas en Argelia
Señor Bakkouche: Claro, nuestra colaboración con empresas españolas en Argelia es muy importante para nosotros. El hotel tiene acuerdos de colaboración con varias compañías españolas que tienen operaciones o proyectos en Argelia. Esto significa que muchos de sus empleados se alojan en nuestro hotel durante sus estancias en el país.

Fatima: En este contexto, ¿Podría compartir algunas estrategias o herramientas que utilizan para facilitar la comunicación con estas empresas?

Señor Bakkouche: Utilizamos una combinación de herramientas y enfoques para facilitar la comunicación. En primer lugar, tenemos un equipo dedicado que se encarga de gestionar las relaciones con las empresas colaboradoras, Las empresas también vienen siempre con un intérprete.

Fatima : en cuento a los documentos oficiales entre vosotros y las empresas ¿cómo procedáis
¿Y cómo se envía el documento en que lengua?

Señor Bakkouche : en general son traducidos en ingles, Porque es el idioma que conocemos todos, pero hay ciertos documentos en español por eso hacemos nosotros mismos la traducción, hay otros documentos que son traducidos en previo es lo que facilita la tarea

Fatima: ¿Hay algún sitios o aplicaciones que esté utilizando para la traducción?

Señor Bakkouche: si, hay como por ejemplo Google traducción , Grammarly, Y recientemente hay sitios de IA. Como el catgut

Fatima: ¿conoce algunas palabras en español?

Señor Bakkouche: Estoy lejos de español, pero conozco algunas palabras que son más usadas como; buenos días, adiós, hasta luego, hola

Anexos

Fatima: ¿Existen desafíos específicos en la comunicación debido a las diferencias culturales o lingüísticas?

Señor Bekkouche: si hay algunos desafíos inherentes a las diferencias culturales y lingüísticas. Aunque el español es el idioma principal utilizado, también es importante tener en cuenta las diferencias culturales entre España y Argelia. Las normas de etiqueta, las costumbres y las formas de hacer negocios pueden diferir en ciertos aspectos. Es crucial para nuestro personal comprender y adaptarse a estas diferencias para garantizar una comunicación efectiva y una experiencia satisfactoria para nuestros huéspedes

La segunda entrevista con un empleado argelino en la empresa “SAEDI ALGERO-ESPAGNOLE” señor Guásima Ibrahim El Khalid

Fatima: buenos días, me gustaría hacerle algunas preguntas sobre su experiencia como trabajador argelino en una empresa española en Argelia. Si está de acuerdo, podemos empezar.

Señor Guásima: Buenos días, estoy encantado de responder a sus preguntas.

Fatima: Muchas gracias. Primero, ¿puedes decirnos cuál es tu papel en la empresa y cuánto tiempo llevas trabajando allí?

Señor Guásima: Claro. Soy Ibrahim y llevo trabajando en esta empresa española en Argelia durante los últimos dos años. Soy ingeniero eléctrico y formo parte del equipo de proyectos de la compañía. Ha sido una experiencia muy enriquecedora trabajar en un ambiente multicultural como este.

Fatima: excelente, me gustaría preguntarle sobre la comunicación en su lugar de trabajo. ¿Cómo describiría la forma de comunicarse en la empresa española en la que trabaja?

Señor Guásima: en general, la comunicación en nuestra empresa es bastante formal y respetuosa, nuestros empleados tienen una forma especial para transmitir la información es utilizar una gran pizarra para escribir las palabras técnicas con traducción, ya que tenían dificultades para entender esas palabras

Fatima: ¿Podría decirme cuáles son los principales idiomas utilizados en la empresa

Señor Guásima: Claro. En nuestra empresa, se utilizan principalmente dos idiomas: español y árabe cada uno habla su lengua, pero los trabajadores argelinos Entienden más rápido que los

Anexos

españoles. Hay también los medios de la tecnología como las aplicaciones “Duolingo”; Google traducción”

Fatima: Interesante. ¿Has notado alguna diferencia en el estilo de comunicación entre tus colegas españoles y usted como argelino? ¿Existen barreras culturales o de idioma que hayan afectado la comunicación en el trabajo?

Señor Guásima: Sí, definitivamente hay diferencias culturales y de comunicación que él observó. En el primero ha llevado a algunas malas interpretaciones al principio, pero con el tiempo, hemos aprendido a entender y adaptarnos a los diferentes estilos de comunicación. Aunque tengo un buen dominio del español, a veces puede ser un desafío comprender las expresiones idiomáticas utilizadas por mis colegas españoles. Pero, la mayoría de ellos son muy comprensivos y están preparados para explicar o utilizar un lenguaje más claro cuando se requiera.

Fatima: Es interesante ver cómo se han superado estas barreras y se ha logrado una comunicación efectiva. ¿Hay alguna estrategia específica que la empresa haya implementado para fomentar una mejor comunicación en este ambiente multicultural?

Señor Guásima: Sí, la empresa ha tomado medidas para promover una comunicación efectiva en este entorno multicultural. Se ha hecho cursos de idiomas para aquellos empleados que necesitaban mejorar su español o inglés o árabe.

Fatima: muchísimas gracias por su tiempo.

