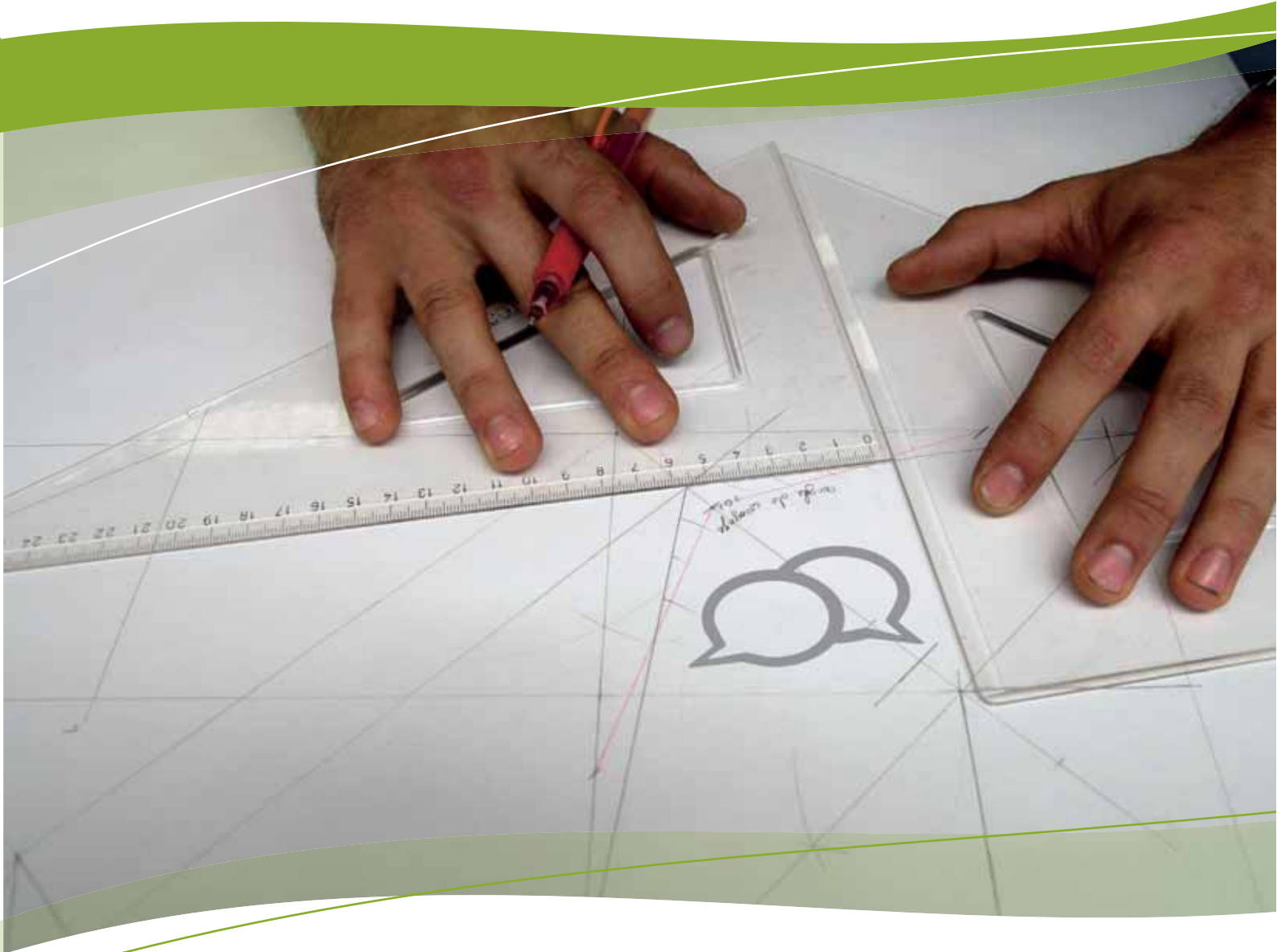




DG Educación y Cultura



LAS LENGUAS FACILITAN LOS NEGOCIOS

## Las empresas con idiomas rinden más

Recomendaciones del Foro Empresarial sobre Multilingüismo  
creado por la Comisión Europea



**Europe Direct es un servicio que le ayudará a encontrar respuestas a sus preguntas sobre la Unión Europea**

**Número de teléfono gratuito (\*): 00 800 6 7 8 9 10 11**

(\*) Algunos operadores de telefonía móvil no autorizan el acceso a los números 00 800 o cobran por ello.

Más información sobre la Unión Europea, en el servidor Europa de Internet

<http://europa.eu>

Al final de la obra figura una ficha bibliográfica.

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2008

ISBN 978-72-79-08786-8

© Comunidades Europeas, 2008

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente bibliográfica

Printed in Belgium

IMPRESO EN PAPEL BLANQUEADO SIN CLORO

**LAS OPINIONES EXPRESADAS EN ESTE INFORME SON DE LA EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD DE LOS MIEMBROS DEL FORO EMPRESARIAL Y NO REFLEJAN NECESARIAMENTE LAS DE LA COMISIÓN EUROPEA**



**LAS LENGUAS FACILITAN LOS NEGOCIOS**

## **Las empresas con idiomas rinden más**

Recomendaciones del Foro Empresarial sobre Multilingüismo  
creado por la Comisión Europea

Miembros del Foro Empresarial que han contribuido a la elaboración del presente informe:

Vizconde Étienne Davignon  
*Suez – Tractebel,*  
*Presidente del Foro Empresarial*

Winfried Albrink  
*Responsable de formación, Grupo Henkel*

Henning Dyremose  
*Presidente, Consejo de Comercio, Dinamarca*

Mike Janssen  
*Gerente de planta, UMAC-Midwest*

Caroline Jenner  
*Directora General, JA-YE Europe*

António Gomes de Pinho  
*Presidente, Portgás y Fundação Serralves*

Waqas Hussain  
*Responsable de Desarrollo Humano, Syngenta*

Sabina Klimek  
*Deloitte Business Consulting*

Lars-Kare Legernes  
*Director General, Cámara de Comercio de Oslo*

Peter Mathews  
*CMG, Director General, Black Country Metals Limited*

Fiorella Kostoris Padoa Schioppa  
*Profesora de Economía*

Gabor Proszeky  
*Fundador y Director General, MorphoLogic*

Encontrará información adicional disponible en el sitio web de la Comisión Europea:

► [http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc1597\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc1597_en.pdf)



## Prólogo del Vizconde Étienne Davignon

Sin entendimiento mutuo no podremos vivir y trabajar juntos. En una Unión en la que se valora la diversidad, una *lingua franca* no basta para satisfacer todas las necesidades de comunicación. Las lenguas son la clave de las culturas que representan. El multilingüismo potencia la apertura y la tolerancia, pero, además, también abrirá puertas a nuevos mercados y nuevas oportunidades empresariales. A lo largo de mi larga vida laboral, he visto cómo el entorno empresarial se volvía cada vez más uniforme y monolingüe. Esta tendencia no se podrá invertir de un día para otro. Fue para mí un gran honor aceptar la invitación del Comisario Orban para reflexionar sobre aspectos lingüísticos junto con un reducido grupo de distinguidos profesionales que comparten la opinión de que las empresas europeas se beneficiarán del multilingüismo. Estoy convencido de que el presente informe alimentará los actuales debates de la Comisión Europea sobre el desarrollo de las políticas de multilingüismo. En cualquier caso, esperamos contribuir a que aumente la concienciación y cambie el comportamiento del sector empresarial respecto de las lenguas.





# Resumen

**La UE debe continuar el proceso de reformas para poder tener éxito en una economía globalizada, como se establecía claramente en el último informe de la Comisión relativo a la Estrategia de Lisboa para el Crecimiento y el Empleo. Nuestro grupo ha examinado la contribución de las lenguas a la competitividad. Sobre la base de nuestras conclusiones queremos, en primer lugar, mostrar *por qué* es importante invertir en conocimientos lingüísticos. En segundo lugar, quisiéramos hacer inventario de lo *que* ya se ha hecho para fomentar las lenguas en la actividad empresarial. Y, por último, aunque no por ello menos importante, quisiéramos dar algunos consejos sobre *cómo* pueden las empresas mejorar sus resultados en situaciones de comunicación empresarial multilingüe.**

Un porcentaje significativo de PYME europeas pierde cada año oportunidades de hacer negocios como resultado directo de la falta de competencias lingüísticas e interculturales. Aunque no hay duda de que el inglés continuará ostentando el liderazgo como lenguaje empresarial mundial, son otras lenguas las que marcarán la diferencia entre la mediocridad y la excelencia y proporcionarán una ventaja competitiva.

Las lenguas no solo son necesarias para potenciar las ventas y la publicidad. En su trayectoria ascendente, las cadenas de suministro cruzan las fronteras en la misma medida que los servicios internacionales y los bienes de consumo para la exportación. Los mercados de trabajo están igualmente globalizados. La integración de los trabajadores bilingües y multiculturales es crucial. Creemos que en el futuro habrá que utilizar las lenguas más habilmente, con objeto de hacerse oír por los nuevos grupos destinatarios y fundar asociaciones estratégicas duraderas.

Nuestro grupo acoge favorablemente las iniciativas y acciones comunitarias dirigidas a la adquisición de aptitudes, como las lenguas o la concienciación cultural en las empresas. Existen recursos de financiación disponibles en el marco de varios programas comunitarios. Sin embargo, el conocimiento tanto de estas oportunidades como de los métodos de solicitud de subvención de la UE es limitado. Los procedimientos de solicitud se consideran complicados y lentos, especialmente para las PYME. Además, convendría dejar claro que la financiación comunitaria disponible es mínima y debería considerarse principalmente como una forma de facilitar el intercambio de mejores prácticas y una inspiración para la acción en este ámbito. El apoyo deberá provenir en su mayor parte de los gobiernos y de las administraciones nacionales, regionales y locales.

Las autoridades nacionales siguen estando muy alejadas del objetivo común, definido por los Estados miembros en la Cumbre de Barcelona de 2002, de que cada ciudadano aprenda dos idiomas en la escuela además de su lengua materna. En muchos países se ha invertido la tendencia por lo que se refiere a la adquisición de conocimientos activos sólidos de una segunda o incluso una primera lengua extranjera. A menudo, las personas realmente multilingües han adquirido sus conocimientos lingüísticos fuera del sistema de educación formal. Sin embargo, el reconocimiento oficial del aprendizaje no formal e informal es poco frecuente, y es raro que estos conocimientos lingüísticos se consideren como méritos personales reales.

En la mayoría de países, las organizaciones nacionales de promoción del comercio proporcionan directrices prácticas y apoyo financiero a las PYME para que mejoren sus estrategias de exportación, pero generalmente estos programas no incluyen estrategias lingüísticas. A nivel regional, en varios Estados miembros y países asociados se han logrado progresos por medio de redes como las cámaras de comercio y las organizaciones profesionales. Estas redes son decisivas para incrementar la concienciación sobre la importancia de las lenguas. A nivel local, existen posibilidades para mejorar los intercambios lingüísticos entre las comunidades empresariales locales. Deben fomentarse las iniciativas de las regiones fronterizas debido a su potencial para introducir con éxito mejoras en los intercambios transfronterizos, en materia de conocimiento de lenguas y en la movilidad.



# Conclusiones y recomendaciones

Europa debe convertir su diversidad lingüística es una ventaja competitiva real.

Esto solo será posible si:

1. los gobiernos nacionales fomentan el aprendizaje, tanto formal como informal, de un amplio abanico de lenguas;
2. las estrategias lingüísticas encuentran apoyo en los más altos niveles de gestión de las empresas;
3. los organismos nacionales, regionales y locales respaldan a las empresas en sus esfuerzos para utilizar estratégicamente sus conocimientos lingüísticos, y
4. se crea una plataforma europea para el intercambio permanente de buenas prácticas en materia de lenguas en la actividad empresarial.

Más concretamente, deberían considerarse las siguientes medidas:

A nivel interno, las empresas deberían:

- ▶ hacer un inventario de los conocimientos lingüísticos existentes en la empresa y compararlos con las necesidades y oportunidades a todos los niveles de la organización y para todas las funciones de la empresa;
- ▶ revisar la política de contratación y las estrategias de desarrollo de la gestión de recursos humanos, fijar unos objetivos de competencia lingüística individuales para los empleados que se ajusten a sus tareas y responsabilidades específicas;
- ▶ aplicar un amplio abanico de estrategias de gestión lingüística, como la inversión en formación lingüística, la contratación (provisional o permanente) de hablantes nativos de diferentes lenguas, la utilización de tecnologías del lenguaje y el trabajo con traductores, intérpretes, comunicadores y mediadores culturales, e
- ▶ intentar incrementar la movilidad internacional del personal.

A nivel nacional, los gobiernos deberían:

- ▶ fomentar el aprendizaje de lenguas a todos los niveles y ampliar la gama de lenguas enseñadas. Introducir módulos de aprendizaje de lenguas más orientados a la práctica a partir de la enseñanza secundaria y durante toda la educación superior, incluida la formación profesional;
- ▶ facilitar el reconocimiento adecuado de los conocimientos lingüísticos en los certificados de estudios y hacer hincapié en su valor añadido en relación con futuras oportunidades laborales;
- ▶ recomendar a las organizaciones nacionales de promoción del comercio que incluyan estrategias lingüísticas en sus programas de apoyo, en particular los dirigidos a las PYME, con vistas a mejorar las expectativas de exportación de las empresas, e
- ▶ incluir la formación lingüística en los programas nacionales de aprendizaje permanente e integración social.



A nivel regional y local, las autoridades locales y regionales deberían:

- ▶ utilizar las redes regionales y locales para incrementar la concienciación sobre las oportunidades que ofrece a las grandes y a las pequeñas empresas la mejora de los conocimientos lingüísticos y fomentar el intercambio de buenas prácticas;
- ▶ crear asociaciones públicas y privadas que incluyan a las universidades locales y las instituciones de formación, proporcionar asistencia a las comunidades empresariales locales para organizar cursos de lenguas y desarrollar otros métodos para mejorar sus estrategias lingüísticas;
- ▶ alentar un entorno empresarial local más multilingüe, mediante cursos de lenguas y grupos de conversación compartidos entre varias pequeñas empresas, ferias multiculturales y eventos similares en parques empresariales y polígonos industriales.

A nivel europeo, las instituciones europeas deberían:

- ▶ aumentar la concienciación de los Estados miembros sobre la importancia de las lenguas para la competitividad y animarles a que tomen las medidas indicadas anteriormente;
- ▶ recoger toda la información pertinente sobre programas comunitarios de apoyo a las lenguas en la actividad empresarial y buenos ejemplos de proyectos en un sitio web que podría funcionar como una ventanilla única que asesore a las empresas proporcionando directrices prácticas sobre cómo solicitar financiación, y
- ▶ crear una plataforma permanente de intercambio de mejores prácticas para las empresas que recoja toda la información pertinente de la comunidad empresarial, las organizaciones profesionales, las cámaras de comercio, las organizaciones de promoción del comercio, las escuelas y las autoridades responsables en el ámbito de la educación.



# 1. Los argumentos del multilingüismo

Para llevar a buen término el objetivo del crecimiento y el empleo, el progreso técnico es crucial y el aprendizaje permanente, necesario. El multilingüismo inherente de Europa tiene una importancia mayor que nunca, ya que la economía industrial se está transformando de forma gradual en una economía del conocimiento. En teoría, las empresas europeas deberían estar en mejor posición que otras para aprovechar las oportunidades de negocios que requieren una comunicación multilingüe. No obstante, el potencial dista mucho de estar completamente aprovechado.

## 1.1. El multilingüismo es un recurso secreto...

Los estudios realizados en el marco de varias investigaciones muestran que en los mercados internacionales se requieren varias lenguas junto con la competencia cultural adquirida generalmente con el dominio de las mismas. Al mismo tiempo, las empresas encuentran cada vez más dificultades para contratar a personal cualificado con conocimientos lingüísticos distintos del inglés, lo que se percibe como un problema real.

La movilidad de los trabajadores sigue siendo muy baja. Solo un 2 % de los ciudadanos en edad laboral viven y trabajan en un Estado miembro distinto del suyo. La falta de conocimientos lingüísticos es el obstáculo más citado para la movilidad en Europa. El porcentaje de ciudadanos de terceros países y de personas nacidas en otros países pero residentes en la UE es casi el doble<sup>1</sup>. Sin embargo, los trabajadores inmigrantes tienen que luchar para adquirir los conocimientos lingüísticos necesarios en su nuevo país y, si bien los inmigrantes de segunda generación de países de fuera de la UE son bilingües o trilingües al finalizar su educación, sus capacidades lingüísticas se tienen raramente en cuenta.

## 1.2. ...que es necesario desvelar

Nuestro grupo quisiera transmitir la urgencia de acciones pertinentes a los responsables de la toma de decisiones a todos los niveles de la sociedad. Europa corre el riesgo de perder la guerra de competencias, ya que las economías emergentes, principalmente Asia y América Latina, están adquiriendo rápidamente los conocimientos lingüísticos y de otro tipo, necesarios para competir con éxito en los futuros mercados. El reto consiste en integrar con firmeza el multilingüismo en todas las estrategias dirigidas a desarrollar el capital humano para el futuro. Necesitaremos una mano de obra diversificada con conciencia de ciudadanía europea. Al mismo tiempo, Europa debe proclamarse como una atractiva propuesta de negocios para atraer a trabajadores inmigrantes altamente cualificados que traerán consigo las lenguas que necesitamos para comerciar con los mercados en los que el crecimiento seguirá midiéndose con dos dígitos en los próximos años.

## 1.3. La investigación pone de manifiesto que hay potencial

Cada año, un porcentaje significativo de PYME europeas pierde contratos como resultado directo de la falta de competencias lingüísticas e interculturales. Estos son los resultados del informe ELAN<sup>2</sup>, publicado por la Comisión en febrero de 2007. Fue el primer estudio a escala europea sobre la pérdida de oportunidades de negocio por falta de conocimientos lingüísticos en las empresas. El informe se basa en una muestra de casi dos mil PYME establecidas en EU-27 y los países candidatos. Un 11 % de las PYME de la muestra declararon haber perdido contratos como resultado directo de su falta de conocimientos lingüísticos e interculturales. Las conclusiones macroeconómicas presentadas en el estudio sugieren que hay un considerable potencial para mejorar los resultados

1 «Demographic trends, socio-economic impacts and policy implications in the European Union 2007 – a monitoring report from the European Observatory on Social Situation and Demography» (Tendencias demográficas, repercusiones socioeconómicas e implicaciones políticas en la Unión Europea 2007 – un informe de seguimiento del Observatorio Europeo sobre la Demografía y la Situación Social) [http://ec.europa.eu/employment\\_social/spsi/docs/social\\_situation/2007\\_mon\\_rep\\_demo.pdf](http://ec.europa.eu/employment_social/spsi/docs/social_situation/2007_mon_rep_demo.pdf), página 43

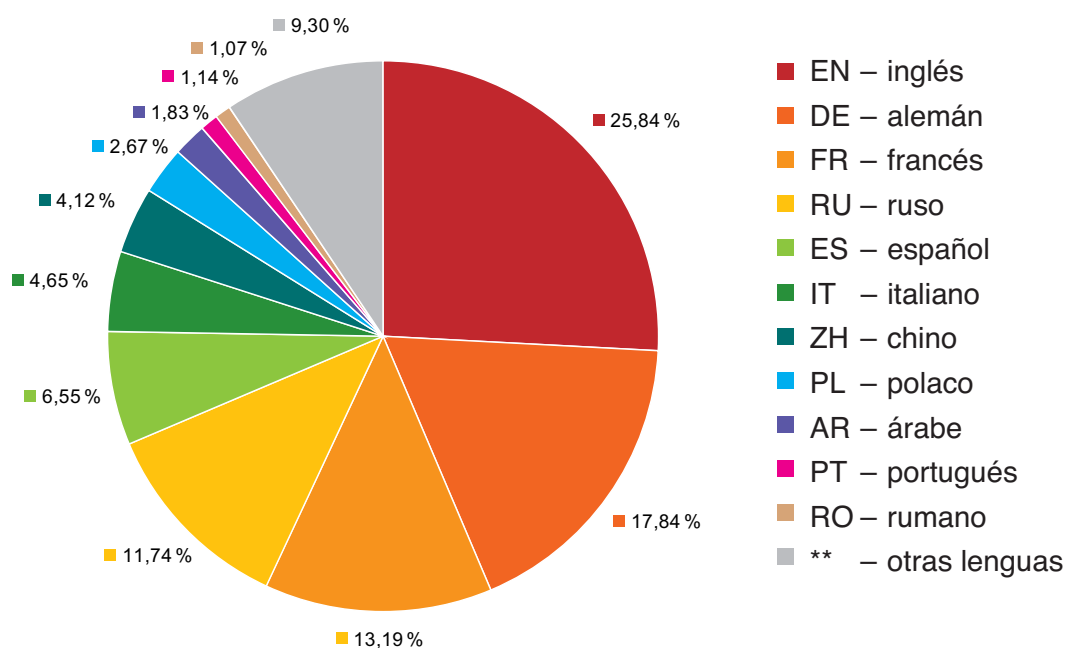
2 El informe completo y un resumen del mismo están disponibles en la siguiente dirección: [http://ec.europa.eu/education/policies/lang/key/studies\\_en.html](http://ec.europa.eu/education/policies/lang/key/studies_en.html)

de exportación de las PYME a condición de que se utilicen las lenguas de forma estratégica. Varios estudios nacionales han confirmado este resultado.

*En 2006 el Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (Austria) publicó un informe en el que proyectaba los futuros problemas en Austria, que es uno de los pocos países en los que, según Eurobarómetro, de hecho han descendido los conocimientos lingüísticos de la población en general. Además del inglés, las empresas necesitarán el italiano, así como las lenguas de los socios comerciales tradicionales de Europa Central y Oriental, en particular el checo, el eslovaco y el húngaro.*

En general, los estudios y la experiencia muestran la existencia de un cierto grado de autocomplacencia, ya que se considera que el inglés es la única lengua necesaria para los negocios a escala internacional. Muchas empresas deben todavía reforzar la habilidad de sus empleados de no sentirse incómodos cuando deben utilizar la lengua inglesa. Sin embargo, en muchas partes de Europa el inglés ya se considera más como una aptitud básica que como una lengua extranjera. Hablar como un nativo es cada vez menos importante a medida que el inglés se convierte en un componente de la educación básica en muchos países<sup>3</sup>. En este contexto, la necesidad de mantener la ventaja yendo más allá del inglés se dejará sentir de forma más acuciante.

### Lenguas que las PYME deberán adquirir o mejorar en los próximos tres años



Una cuarta parte de PYME considera que todavía debe mejorar sus conocimientos del inglés. Sin embargo, hay también una elevada demanda de francés, alemán y ruso. El mandarín y otras lenguas chinas (ZH) están muy solicitadas por las multinacionales.

Fuente: Estudio ELAN 2006.

*En 2007, la Confederación Danesa de Industrias llevó a cabo una encuesta entre sus miembros (empresas) que puso de manifiesto que las lenguas distintas del inglés se utilizan en más de un tercio de todas las empresas y que cuatro de cada diez empresas han experimentado problemas de comunicación más o menos graves con sus socios comerciales de otros países debido a la falta de conocimientos lingüísticos.*

<sup>3</sup> Estudios realizados por el British Council llaman la atención sobre la extraordinaria velocidad del cambio en aspectos que afectan al inglés, especialmente los dos informes de David Graddol titulados «Future of English» (1997) y «English Next» (2006). Véase <http://www.britishcouncil.org/learning-research-englishnext.htm>



## 1.4. El reto de las PYME

Una buena comunicación multilingüe puede ofrecer a las pequeñas empresas oportunidades que marcan la diferencia entre el éxito y el fracaso. Los conocimientos de idiomas serán una ventaja en todas las actividades, no sólo para la venta y la publicidad. Una comunicación directa entre las personas a todos los niveles hará que los problemas se resuelvan con mayor rapidez y evitará los retrasos.

Según el estudio de ELAN, sólo un 48 % de las PYME que participaron en la muestra declaró que disponía de estrategias lingüísticas formales para apoyar sus operaciones internacionales. Casi un 40 % de las PYME declaró que ni siquiera trabaja con sitios Internet multilingües. El estudio concluye que hay una marcada correlación entre la inversión en estrategias lingüísticas, la proporción de ventas de exportación y la productividad de las empresas.

### **Caso: Hencke und Meier, especialistas en carpintería, Düsseldorf, Alemania**

*Los dos copropietarios de la empresa hablan inglés, francés y español. Se anima al personal, formado por nueve artesanos (de los cuales tres son aprendices) a practicar, desarrollar y usar sus conocimientos lingüísticos. Thomas Meier dijo: «Los conocimientos lingüísticos nos han proporcionado ventajas en relación con nuestros competidores y nos han ayudado a conseguir contratos interesantes y relaciones duraderas con los clientes. Hemos participado en un gran proyecto de restauración junto con un equipo internacional: artistas de mosaicos italianos, estucadores polacos, electricistas franceses, restauradores artísticos ingleses, etc. Como disponíamos de los conocimientos lingüísticos necesarios, nos llamaban para actuar como mediadores cuando había que resolver problemas con artesanos locales. Siempre pudimos negociar soluciones a la vez rentables y capaces de satisfacer al cliente».*

## 1.5. Multilingüismo e integración

El multilingüismo es un elemento clave de la integración y facilita el diálogo intercultural. Puede ayudar a mejorar la situación de millones de inmigrantes en Europa y contribuir a su participación en los mercados de trabajo. Un apoyo eficaz para ayudar a los inmigrantes a adquirir rápidamente la lengua de su nuevo país de acogida es un prerrequisito para el buen funcionamiento de las operaciones. Una mejor comunicación entre los trabajadores hace que aumente la eficacia, la calidad y la seguridad, unos parámetros clave en el ámbito de la producción. Los conocimientos lingüísticos de los trabajadores migrantes también pueden resultar útiles para las empresas si se utilizan de forma más proactiva. Estos empleados son muy valiosos, tanto como mediadores culturales como en calidad de vendedores.

### **Caso: UMAC Midwest – Reciclaje de caucho sintético, Amberes, Bélgica**

*Veintiuno de los cincuenta empleados de UMAC Midwest son inmigrantes marroquíes. Cuando llegaron, prácticamente no hablaban flamenco, sólo árabe o francés. Con ayuda del dinero procedente del Fondo Social Europeo y de expertos externos se creó una estrategia para los idiomas y la comunicación. Los objetivos eran aumentar la eficacia, la calidad y la seguridad, incrementar la motivación y el compromiso personal de los trabajadores y mejorar el entorno laboral con vistas a reducir el absentismo. Se ofrecieron cursos de lenguas en módulos cortos impartidos en forma de debates de grupo focales y otras reuniones periódicas en las que participaron tanto empleados nativos como inmigrantes. Actualmente, los trabajadores tienen una actitud positiva hacia la diversidad lingüística y cultural en la empresa y se han alcanzado todos los objetivos*

## 2. Instrumentos existentes y prácticas actuales

El grupo ha comparado la situación en varios países europeos y ha estudiado las últimas evoluciones a escala de la UE por lo que se refiere a la promoción de las lenguas en el entorno empresarial. El resultado muestra el panorama irregular e incoherente de Europa. En total solo unas pocas iniciativas políticas mencionan la necesidad de mejorar la situación y raramente se aborda el multilingüismo de forma explícita en los programas de desarrollo dirigidos a definir capacidades para el futuro.

### 2.1. Iniciativas europeas

El Foro Empresarial acoge favorablemente la cooperación europea en el marco de la Estrategia de Lisboa para el Crecimiento y el Empleo. La movilidad es un aspecto central y el Plan de Acción Europeo de Movilidad Laboral<sup>4</sup> propone el refuerzo de EURES, un portal en Internet accesible en 25 lenguas con acceso a una base de datos paneuropea de oportunidades de empleo. Otras iniciativas prometedoras incluyen la «Asociación Europea de la Movilidad Laboral». Se trata de una red formada por las partes interesadas y respaldada por la Comisión cuya finalidad es averiguar cómo aumentar la movilidad laboral en la UE. El Parlamento Europeo contribuye económicamente a una iniciativa cuyo objetivo es desarrollar un programa de movilidad estructurado para aprendices y otros jóvenes en la formación profesional.

### 2.2. Financiación europea

En cifras absolutas, la mayor parte de la financiación comunitaria procede del Fondo Social Europeo, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y, para determinados países, el Fondo de Cohesión. Todos estos fondos juntos asignan 347 000 millones de euros (2007-2013). Las autoridades nacionales distribuyen este dinero en el marco de los planes nacionales aprobados por la Comisión Europea sobre la base de las prioridades fijadas de común acuerdo. Los proyectos de integración en el puesto de trabajo que incluyen cursos de idiomas y compensaciones por el tiempo de trabajo perdido pueden optar a esta financiación.

Las subvenciones disponibles en el marco del Programa de Aprendizaje Permanente de la Comisión Europea se asignan anualmente mediante convocatorias de propuestas. Para 2008, estas convocatorias concederán los 873 millones de euros disponibles. El programa Leonardo da Vinci en particular, al tener como objetivo la formación profesional, ofrece interesantes oportunidades para las empresas<sup>5</sup>.

#### **Proyecto de movilidad Leonardo «Formación Transnacional Europa»**

*El proyecto contribuye a desarrollar las competencias profesionales y lingüísticas de los trabajadores franceses en busca de empleo por medio de colocaciones en empresas europeas. El grupo recibe un curso de formación consistente en ocho semanas de formación general con módulos profesionales, lingüísticos y culturales, entre tres y seis semanas de cursos intensivos de lengua y finalmente un período de prácticas en una empresa europea de una duración de entre veinte y veinticuatro semanas. Estos intercambios tienen lugar en el marco de las asociaciones europeas, que garantizan la adecuada supervisión de los aprendices. En las asociaciones participan dieciocho socios en cuatro países. Después del periodo de prácticas, el aprendiz debe presentar un informe redactado en la lengua del país de acogida, que se incluye en su evaluación.*

<sup>4</sup> COM(2007) 773 final. El documento se puede descargar en la siguiente dirección:  
[http://eur-lex.europa.eu/Result.do?T1=V5&T2=2007&T3=773&RechType=RECH\\_naturel&Submit=Search](http://eur-lex.europa.eu/Result.do?T1=V5&T2=2007&T3=773&RechType=RECH_naturel&Submit=Search)

<sup>5</sup> Una lista de publicaciones actuales sobre proyectos financiados por la UE está disponible en la siguiente dirección:  
[http://ec.europa.eu/dgs/education\\_culture/publ/educ-training\\_en.html](http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/educ-training_en.html) :



Los procedimientos de solicitud de subvención comunitaria son complicados y lentos. Las normas para crear un consorcio europeo, que es generalmente un prerrequisito para solicitar cualquier tipo de subvención, excluyen con frecuencia a empresas con filiales o agentes en diferentes países que de otra forma podrían beneficiarse de las subvenciones europeas. Estos problemas deben abordarse en futuras discusiones entre la Comisión Europea y la comunidad empresarial.

### 2.3. La pauta sigue siendo «lengua materna más otras dos»

Aunque las iniciativas de la UE y la financiación comunitaria pueden dar un importante impulso al trabajo realizado a escala nacional y regional, son los Estados miembros los que deben llevar a cabo la mayor parte del trabajo de apoyo al multilingüismo. Por tanto, es importante que los éstos continúen trabajando hacia el objetivo común al que llegaron de común acuerdo en la Cumbre de Barcelona de 2002 de que cada ciudadano aprenda dos idiomas además de su lengua materna.

Quisiéramos que el multilingüismo se impulsara más activamente a todos los niveles de la educación. Lo primero y más importante es la necesidad de ampliar la gama de lenguas a cuyo aprendizaje se puede optar. En los niveles superiores, los métodos de aprendizaje deben ser menos teóricos y estar más orientados a la práctica. Debería concederse un reconocimiento adecuado a las competencias lingüísticas tanto en los planes de estudio escolares como, en fases posteriores, en la evaluación de los candidatos a un puesto de trabajo. En otro contexto, es preciso reconocer adecuadamente los conocimientos lingüísticos en acuerdos negociados centralmente entre los interlocutores sociales.

### 2.4. Las redes pueden incrementar la concienciación y proporcionar apoyo

A nivel regional, en varios Estados miembros y países asociados se han logrado progresos mediante redes como las cámaras de comercio y los consejos de comercio, que pueden ofrecer ayuda inicial a las PYME que desean ampliar sus operaciones a los mercados internacionales. Si las estrategias lingüísticas estuvieran sólidamente integradas en todos estos programas de apoyo, las empresas podrían beneficiarse más de los mismos.

#### **El Consejo de Comercio de Dinamarca**

*El Consejo de Comercio es la organización gubernamental para la promoción de la exportación y la inversión, dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores<sup>6</sup>. Proporciona tanto asesoría individual a empresas como servicios empresariales generales dirigidos a las empresas y al público general. Su estrategia se centra en las PYME y ha desarrollado programas dirigidos a las necesidades especiales de estas empresas. Un ejemplo lo constituye el Programa Start en materia de exportación, que incluye ayuda para tareas concretas relacionadas con la internacionalización, como la búsqueda de socios, los estudios de mercado y el acceso a redes.*

6 Encontrará más información sobre el Consejo de Comercio de Dinamarca en la siguiente dirección:  
<http://www.um.dk/en/menu/TradeAndInvestment/>

## 2.5. Pruebas y estándares

Los estándares establecidos se pueden utilizar para fijar objetivos individuales, específicos y mensurables por distintas categorías de personal dependiendo del uso que los empleados hacen de los idiomas para su trabajo. Este tipo de estrategias lingüísticas diferenciadas puede ser útil y eficaz, puesto que los estándares proporcionan herramientas concretas para que los departamentos de recursos humanos analicen las necesidades de la empresa. También se pueden integrar en objetivos de desarrollo personal. El sistema utilizado con más frecuencia es el Marco Común Europeo de Referencia (MCER) creado por el Consejo de Europa y aplicado en cooperación con la Comisión Europea. Sobre la base de un sistema de competencias reales adquiridas (lo que «puede hacer» la persona), necesarias para llevar a cabo distintas tareas en situaciones diferentes, el marco se adapta bien a un enfoque que engloba las complejas realidades de un lugar de trabajo.

### **Caso: Henkel KGaA, Düsseldorf, Alemania**

*Henkel es una gran multinacional química propietaria de muchas marcas internacionales conocidas<sup>7</sup>. Solo en Alemania unos 2 500 empleados y trabajadores participan cada año en acciones de formación lingüística y de comunicación. Una parte importante de la formación está organizada en forma de reuniones de grupo. El servicio interno de formación lingüística de Henkel se centra en los procesos de trabajo y en las respectivas competencias integradas de lengua y comunicación necesarias para realizar distintas tareas en la empresa. Las necesidades de formación se evalúan sobre la base de las normas del MEQR. La formación se imparte en equipos multifuncionales. Por medio de este método interactivo y flexible, las responsabilidades de aprendizaje permanecen en el grupo pero la cultura de aprendizaje fomenta tanto el aprendizaje individual como las competencias de equipo. El éxito siempre se puede medir exactamente observando la aplicación de las competencias adquiridas en situaciones laborales reales*

## 3. El camino a seguir

El progreso real depende de que las empresas, desde las microempresas a las multinacionales, desarrollen estrategias lingüísticas creativas y dinámicas adaptadas a las posibilidades individuales de cada organización. Todas estas estrategias necesitan el respaldo y el apoyo de las redes locales y regionales. Se pueden encontrar soluciones viables a través de asociaciones, tanto entre el sector empresarial y el sector educativo como entre la empresa e investigación, con vistas a traducir los conocimientos lingüísticos y las tecnologías del lenguaje en usos productivos.

### 3.1. Medidas para un enfoque multilingüe

Las empresas deben hacer inventario de los conocimientos lingüísticos existentes en ellas y utilizarlos estratégicamente. Deberían revisar sus políticas de contratación, sus estrategias de formación y sus principios en materia de movilidad. Pueden animar al personal a utilizar y desarrollar las competencias ya adquiridas y ofrecer formación lingüística con procedimientos que motiven al personal y sean compatibles con las necesidades del puesto de trabajo.

En Internet se pueden encontrar cursos flexibles y que ahorran tiempo, adaptados a las necesidades, los recursos y las limitaciones individuales de las empresas. Los nuevos medios de comunicación ofrecen cada vez más posibilidades para aprender y practicar idiomas.

Los servicios de traducción se pueden utilizar para navegar sistemáticamente por los sitios que contienen los contratos públicos en medios de comunicación nacionales e internacionales. La comunicación y la publicidad en Internet deben estar lingüísticamente diversificadas y los mensajes cuidadosamente adaptados al público al que se dirigen. Hábilmente utilizada, la tecnología del lenguaje puede ayudar a reducir y controlar los costes del multilingüismo.

<sup>7</sup> Encontrará más información en la siguiente dirección: <http://www.henkel.com>



## 3.2. Estructuras de apoyo a nivel regional y local

Los gobiernos nacionales deben encontrar la forma más eficaz de proporcionar apoyo a las PYME con potencial para tener éxito en los mercados extranjeros. A modo de norma, esta asesoría se lleva a cabo a nivel regional y en cooperación con las agencias de desarrollo regionales. Además de apoyo financiero, a las empresas les resultaría beneficioso disponer de buenas prácticas y peritaje en materia de comunicación multicultural y multilingüe.

### **Regional Language Network, Reino Unido**

*La red regional de lenguas<sup>8</sup> del Reino Unido, que cuenta con el apoyo del CLIL, el centro nacional de lenguas, fomenta los conocimientos lingüísticos y culturales dirigidos específicamente a las empresas y el empleo. Trabajan junto con sus socios para identificar y abordar las necesidades regionales y sectoriales en materia de idiomas y sensibilización cultural, proporcionar apoyo a las empresas en aspectos lingüísticos y apoyar a los profesionales de la industria del lenguaje. Parte de la financiación la proporcionan otros agentes interesados, como las agencias de desarrollo regional, las oficinas de comercio e inversión del Reino Unido y los consejos de aprendizaje y competencias regionales.*

A nivel local, existen posibilidades para mejorar los intercambios lingüísticos entre las comunidades empresariales locales. La ayuda y la asistencia pueden provenir de las cámaras, los grupos o las autoridades locales. Las propuestas incluyen compartir los costes y los recursos con objeto de organizar formación lingüística para diferentes categorías de empleados, pero también intercambios informales como grupos de conversación a la hora del almuerzo y ferias interculturales organizadas en parques empresariales con personal multilingüe.

## 3.3. Asociaciones transfronterizas y entre diferentes sectores

Las asociaciones estratégicas desempeñan un importante papel por lo que se refiere a la inversión en capital humano y el desarrollo de competencias para el futuro. Quisiéramos ver en toda Europa «asociaciones de la movilidad laboral» en cuyo marco las empresas participantes busquen nuevas posibilidades de cooperación en el marco de distintas redes para desarrollar intercambios y programas de movilidad. El aprendizaje de lenguas debería formar parte integrante de las iniciativas fronterizas regionales en las que participan tanto el sector empresarial como el de la educación. Este tipo de cooperación puede contribuir a la prosperidad estimulando el comercio entre países vecinos.

El umbral para adoptar tecnología del lenguaje sigue siendo muy alto para muchas empresas, especialmente PYME. Esta situación se puede modificar promoviendo las asociaciones entre la industria y la investigación e incrementando los esfuerzos a fin de dar a las tecnologías del lenguaje un uso productivo. Esto no solo justificaría las fuertes inversiones para la investigación en tecnología del lenguaje, sino que también proporcionaría una ventaja competitiva a las empresas y mejores servicios a los ciudadanos.

Finalmente, nuestro grupo quisiera que hubiera una continuación a nivel europeo de los trabajos que han conducido al presente informe. El sector empresarial en Europa necesita una plataforma permanente para el debate y el intercambio de experiencias y buenas prácticas. Hemos de seguir adelante con eventos de sensibilización en toda Europa, movilizand o todas las redes disponibles en una campaña concertada dirigida tanto a los responsables de la toma de decisiones en las empresas como a los gobiernos. Juntos hemos de velar por que las lenguas se reconozcan y se utilicen como activos fundamentales de las empresas de éxito del futuro.







Las lenguas facilitan los negocios  
Las empresas con idiomas rinden más  
Recomendaciones del Foro Empresarial sobre Multilingüismo creado por la Comisión Europea

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas  
2008 — 14 pp. — 21,0 x 29,7 cm  
ISBN 978-72-79-08786-8

### **Cómo adquirir publicaciones de la Unión Europea**

Las publicaciones de la Oficina de Publicaciones que se hallan a la venta puede encontrarlas en la librería electrónica de la UE <http://bookshop.europa.eu>, desde donde puede efectuar su pedido a la oficina de venta que desee.  
Puede solicitar una lista de nuestra red mundial de oficinas de venta al número de fax (352) 29 29-42758.



NC-30-08-370-ES-C

**Comisión Europea**  
**Dirección General de Educación y Cultura**  
B-1049 Bruxelles / Brussel  
32 - (0)2 299 11 11  
32 - (0)2 295 57 19  
[eac-info@ec.europa.eu](mailto:eac-info@ec.europa.eu)



Oficina de Publicaciones  
*Publications.europa.eu*

ISBN 978-72-79-08786-8



9 787279 087864