



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

*El manejo del inglés como vehículo de comunicación
en el ámbito empresarial*

Presentado por Carlos Enrique Cabrejas Antón

Tutelado por María del Carmen Garrido Hornos

Segovia, 19 de diciembre de 2016

All our dreams can come true, if we have the courage to pursue them.

If you can dream it, you can do it.

Walt Disney

We've always defined ourselves by the ability to overcome the impossible. And we count these moments. These moments when we dare to aim higher, to break barriers, to reach for the stars, to make the unknown known. We count these moments as our proudest achievements.

Interstellar

Agradecimientos

En primer lugar, e inevitablemente a mi tutora Mamen, por su tiempo, dedicación y cariñosa atención conmigo. Su flexibilidad ante circunstancias especiales ha sido clave en el desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado. Contar con profesionales como ella en el Campus de Segovia es un absoluto privilegio. Gracias.

Nadie olvida las palabras de gratitud y cariño a sus padres y familiares, y no seré yo menos, en especial por las circunstancias de mi etapa universitaria. Sin el apoyo de mis padres no habría alcanzado ninguno de mis objetivos. Gracias a los que estáis y a los que habéis estado a mi lado.

RESUMEN

El objetivo principal que perseguimos con este Trabajo de Fin de Grado es, en primer lugar, efectuar un análisis de la situación en la que se encuentra el idioma inglés en España —tanto a nivel puramente gramatical como conversacional— con respecto principalmente a la Unión Europea. Cerrando más el espectro y centrándonos en el ámbito empresarial —auténtico foco de este estudio—, extraeremos datos que reflejen las necesidades, la calidad y las características de la formación en inglés en empresas en España. Todo ello se hará gracias a datos proporcionados por el CIS y por otras fuentes similares, tanto de empresas de un relativo tamaño donde puede surgir esta necesidad de formación como de otras dedicadas a este campo de actividad.

Tras dicho análisis, pondremos en relieve sus fortalezas y debilidades a fin de ser capaces de emitir un juicio fundamentado. Terminaremos con una propuesta que persiga, en la medida que sea posible, mejorar los aspectos más débiles y/o que presenten mayores problemas.

ABSTRACT

The main purpose of this Project is, basically, to establish a comparison between the situation of Spain and the rest of the countries of the European Union in the use of English as a foreign language —from both a grammatical and conversational level. Restricting our study and focusing on the Business field —authentic core of this work—, we will provide our reader with data which evince the real necessities, the quality and the characteristics of the English learning in Spanish companies. Our data will be taken from CIS (Centre for Sociological Research) and other similar resources, both from medium-size firms —where this necessity may appear— and from other corporations devoted to this type of activity —English training companies.

After that, we will try to highlight their strengths and weaknesses so that our theories can be considered reliable. We will finish by providing a proposal which may improve the weakest aspects or those that present major problems.

ÍNDICE

CAPÍTULO PRIMERO. PRELIMINARES.....	11
1.1 Introducción.....	12
1.2 Justificación.....	12
CAPÍTULO SEGUNDO. IDEAS PREVIAS.....	15
2.1 Situación Actual del Idioma Inglés. Evolución Histórica.....	16
2.2 La Globalización Fomenta el Aprendizaje del Inglés.....	20
CAPÍTULO TERCERO. EL INGLÉS EN ESPAÑA Y EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS.....	23
3.1 El Inglés en España.....	24
3.1.1 España y la Unión Europea.....	24
3.1.2 El Caso Español.....	27
3.1.3 Conclusiones Finales.....	29
3.2 El Inglés en las Empresas Españolas.....	30
3.2.1 Presentación y Análisis de los Datos a Nivel Mundial.....	30
3.2.2 El Caso Español.....	33
3.2.3 La Formación en Empresas Españolas.....	35
CAPÍTULO CUARTO. MODELO PROPUESTO DE FORMACIÓN.....	39
CAPÍTULO QUINTO. CONCLUSIONES FINALES.....	43
BIBLIOGRAFÍA.....	45
ANEXOS.....	49
ANEXO I. CIS.....	49
ANEXO II. ACUERDOS COMERCIALES CON LA UE.....	57
ANEXO III. ENTREVISTA CON GRAHAM STANDING.....	59



Universidad de Valladolid

CAPÍTULO I. PRELIMINARES

1.1 Introducción

Poner en duda la tremenda relevancia de poseer un conocimiento alto del idioma inglés en el mundo actual —más concretamente en el de los negocios y empresarial— se antoja difícil, cuanto menos. El cambio de mentalidad y la adaptación a un mundo cada vez más globalizado hacen de esta característica una pieza fundamental para cualquier entidad que quiera sumarse a este comercio globalizado. La negociación con todos sus matices y la expresión de los valores de la empresa son elementos clave a la hora de llevar a cabo cualquier tipo de intercambio global. Hay que resaltar tres razones principales que justifican esta necesidad: la presión competitiva —que obliga a comunicar con un amplio conjunto de actores para que el negocio funcione; la globalización de tareas y recursos — con plantillas dispersas geográficamente que deben trabajar para conseguir los mismos objetivos; y, por último, la gestión sobre fusiones y adquisiciones internacionales — donde los matices son fundamentales a la hora de cerrar o no un acuerdo. (Tsedal Neeley, 2016).

Desde un punto de vista meramente histórico, la capacidad de hablar una segunda lengua quedaba relegada a miembros de las élites sociales y económicas. Sin embargo, como veremos en páginas que siguen, la extensión del Imperio Británico y, posteriormente, de los Estados Unidos de América transformó su influencia en un hecho global. El papel de la globalización y la industrialización, empujados por el impulso y acceso de las tecnologías de la globalización, no han hecho sino acentuar el proceso.

De toda esta catarsis que ha tenido y sigue teniendo lugar, nació lo que podemos llamar *inglés internacional*. En otras palabras, cuando el inglés se vuelve una *lingua franca*, este cumple la función de ser un idioma de todos, sin pertenecer a ninguna nación concreta: se convierte en el inglés de los negocios, a fin de cuentas (Nicolás Barraso, EADS).

Sin ir más lejos, algunos de los países más beneficiados por unirse con mayor prontitud a esta tendencia son algunos de las naciones con mayor conocimiento del inglés como segunda lengua —caso de Países Bajos o Suecia (EF EPI, 2016), tremendamente beneficiados en el mercado global.

1.2 Justificación

No cabe la menor duda de que las economías globales son aquellas que son más dinámicas, resistentes a vaivenes económicos y con mayores probabilidades de éxito en el futuro. Negar que la inclusión de una empresa en este mercado global tiene más beneficios que inconvenientes es no estar al día de los datos socioeconómicos y macroeconómicos que afectan a nuestras empresas y al conjunto de naciones con las que nos relacionamos.

A pesar de encontrarse en lo que posiblemente sean sus horas más bajas desde su concepción, la Unión Europea se considera un éxito a muchos niveles, pero, sin duda alguna, a nivel comercial. Los lazos entre empresas de diferentes naciones, mercados y culturas nacidos de esta unión han resultado ser tremendamente beneficiosos, llevando a

crecimientos sólidos y prolongados en el tiempo de las empresas involucradas.

Pero no sólo basta la existencia de acuerdos supra nacionales o supra continentales para sumarse al mercado global: es de absoluta necesidad disponer de una lengua común con la que comunicarse entre todas ellas, un nexo de unión común, podría decirse. De esta manera, la facilidad, rapidez y consistencia de las relaciones comerciales alcanzarán sus mayores cotas de éxito y longevidad. El idioma inglés es esta lengua y no alcanzar niveles satisfactorios con la misma en las empresas españolas va a condicionar —de la misma manera que ya lo ha venido haciendo— sus posibilidades de consecución de objetivos, e incluso, de supervivencia a largo plazo.



Universidad de Valladolid

CAPÍTULO II. IDEAS PREVIAS

2.1 Situación Actual del Idioma Inglés. Evolución Histórica

Una palabra nueva es añadida al diccionario *Oxford English Dictionary* cada dos horas. El inglés es el tercer idioma más hablado como lengua materna en todo el mundo, que cuenta con más de mil años de historia. Lo hablan como lengua nativa más de 375 millones de personas en diversos países como el Reino Unido, Estados Unidos de América, Australia o Canadá, entre otros, y sirve como segunda lengua a aproximadamente 1500 millones de personas, convirtiéndose así en la “*lingua global*” o “*lingua franca*”.

¿Cómo se ha llegado a esta situación de predominancia global y cultural? Las formas más antiguas de inglés son las del llamado inglés antiguo o *Anglo-Saxon*. El inglés es una lengua germánica occidental con origen en los dialectos anglofrisios traídos en el siglo V a Britania por parte de los invasores germanos desde varias partes de lo que ahora es el noroeste de Alemania, sur de Dinamarca y el norte de los Países Bajos. Esta es la que se conoce como la primera etapa de su formación como lengua.

El inglés medio proviene de la segunda fase y se corresponde con las invasiones vikingas que sufrieron las islas británicas, la conquista normanda y el latín como lengua de la iglesia. Finalmente, lo que llamamos inglés moderno aparece en la tercera y última fase, que se extiende desde el siglo XVI hasta la actualidad. Está caracterizado por el famoso “*Great Vowel Shift*”, que viene a ser un alargamiento y un ajuste de los sonidos de las vocales, propiciado por la invención de la imprenta y posterior generalización de la comunicación derivada de esta y otros medios de masas como la radio.

La importancia geoestratégica que Inglaterra adquirió desde el siglo XVI a nivel global ayudó a la consolidación de esta lengua como base de las transacciones económicas a nivel mundial. Ya en el siglo XIX, bajo el reinado de la Reina Victoria, su extensión y uso llegó a cotas nunca vistas, ya que el país se había convertido en potencia mundial con presencia en todos los continentes gracias a sus colonias.

El proceso de mayor expansión se da ya en el periodo correspondiente a la Segunda Guerra Mundial con la participación de Estados Unidos en el continente y continuando durante la llamada *Guerra Fría*. Gracias a la omnipresencia de Estados Unidos en Europa y su hegemonía mundial tanto a nivel económico como cultural, el inglés se convirtió en la lengua predominante en la política internacional, los intercambios comerciales, toda clase de ciencias, el mundo del cine y la televisión, la cultura *pop*...

Hemos llegado a un mundo que habla inglés para cualquier aspecto de la vida cotidiana, cualquier reunión de negocios y en cualquier parte del mundo. Como bien apunta el lingüista David Crystal (Lisburn, 1941), esta lengua no se ha convertido en la más utilizada en el mundo por su sencillez o su facilidad de aprender, pero sí por el simple hecho del poder de los habitantes que lo hablaban y lo siguen haciendo. (Crystal, 2003).

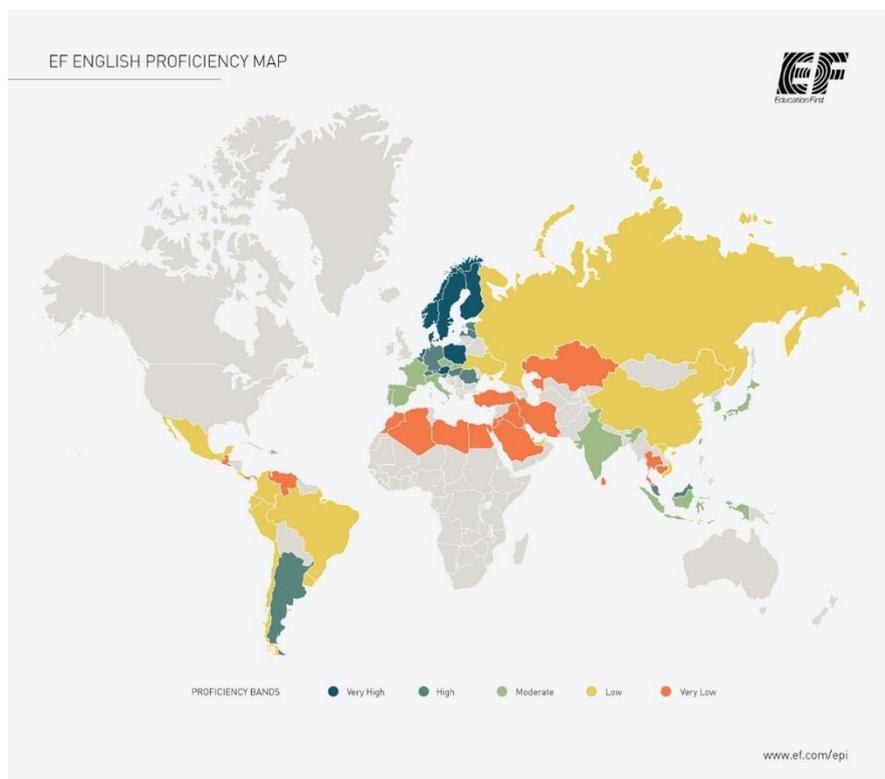
Matizando la palabra *poder* en este contexto, Crystal viene a referirse al poder militar (primera potencia militar del mundo), económico (de nuevo, mayor potencia en este sentido), o poder político. En el mundo globalizado de hoy, es más sencillo adaptarse y adoptar esta lengua, en vez de intentar imponer la suya como nueva norma; ejemplo claro es el caso chino, con casi toda probabilidad próxima potencia número uno mundial. El chino se adapta a esta norma y dedica enormes recursos a que su población se forme en

inglés como segunda lengua.

Vamos a introducir el concepto de lengua internacional a modo de conclusión y síntesis de este primer apartado. La Real Academia Española nos define *lengua* como *sistema de comunicación verbal y casi siempre escrito, propio de una comunidad humana*. El concepto internacional hace referencia a lo perteneciente o relativo a dos o más naciones. Ateniéndonos a las dos definiciones clasificamos el inglés como una lengua internacional. Robert Phillipson (Escocia, 1942) —profesor del departamento de inglés de Copenhagen Business School— explica el concepto como “*aquella lengua que utilizan entre sí personas de diferente origen o nación*”. Según él, “*existen muchas lenguas internacionales usadas en todos los continentes, además de las llamadas lenguas francas*” (Phillipson, R. (2002, 1).

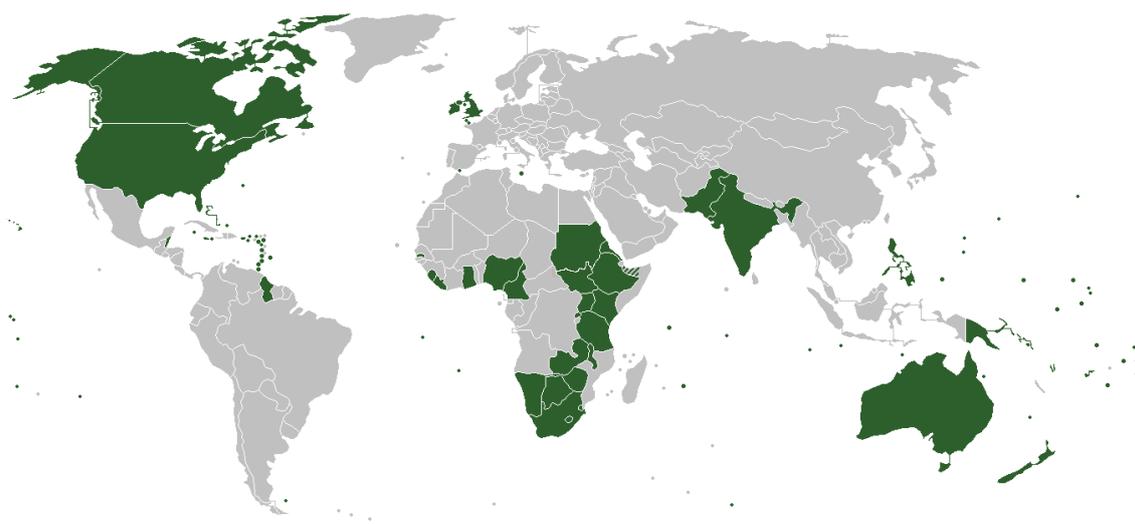
De nuevo, la RAE nos define *lengua franca*: *es aquella que es mezcla de dos o más y con la cual se entienden los naturales de pueblos distintos*. El Diccionario Webster, por su parte, considera la *lingua franca* “*as any of various languages used as common or commercial tongues among peoples of diverse speech*”. Los hablantes que utilizan una lengua común en un contexto en el que no se comparte un idioma, recurren a una tercera lengua con el fin de establecer un proceso comunicativo. Esta tercera lengua la conocemos como *lengua franca*.

Observando detenidamente este mapa, podemos comprobar en qué países de habla no inglesa tenemos un mayor o menor nivel de inglés, estudiado este como segunda lengua en la mayoría de los casos. En la Europa continental es donde este nivel es significativamente más alto, gracias a un mejor sistema educativo, probablemente por la influencia de la cercanía y/o pertenencia del Reino Unido a la Unión Europea (hasta 2017/18) y por una introducción en el sistema educativo anterior a otras naciones. Otras zonas como el sudeste asiático también presentan niveles relativamente elevados, confirmando la tendencia global en el aumento e importancia de la formación en este idioma internacional.



FUENTE: EF EPI 2016

Volviendo a los datos iniciales y referenciando los datos del *British Council*, 375 millones de personas hablan inglés como primera lengua en un grupo de países representados por los Estados Unidos, el Reino Unido, Canadá, Australia, Nueva Zelanda e Irlanda. Hay, sin embargo, un numeroso grupo de naciones donde este idioma se emplea como vehículo de comunicación entre grupos de personas que carecen de una lengua común, tales como Hong Kong, Malasia, la India o Singapur, entre otros. En el siguiente mapa adjunto podemos testar de un vistazo los países pertenecientes a estos dos grupos, para poder apreciar la extensión ya no tanto poblacional, sino geográfica, y entender la escala de lo expuesto:



FUENTE: WIKIPEDIA. www.wikipedia.org/idiomas/ingles_lenguafranca.html
 Último acceso: 2 de diciembre de 2016

Ámbitos o medios de aplicación

Nos interesa destacar en qué medios esta lengua está presente y de qué manera, sin dejar de lado, sucintamente, las motivaciones que existan detrás de ello:

- Científico y tecnológico: como explica Carlos Duarte, oceanógrafo de la Universidad King Abdullah de Ciencia y Tecnología de Arabia Saudí:

El inglés es la lengua vehicular de la ciencia, como antes lo fue el latín y, durante un cierto tiempo, el francés (nunca el español). El dominio del inglés es fundamental para acceder a los resultados de investigación, que se publican mayoritariamente en este idioma, y compartir los resultados de nuestra propia investigación.

(En <http://www.elmundo.es/ciencia/2015/09/17/55f9b8ef22601d962a8b45b2.html>)

También para Rafael Matesanz, director de la Organización Nacional de Transplantes, el conocimiento del idioma inglés es de vital importancia:

El inglés viene siendo, es y será la lengua común de los científicos y, por descontado, de los que nos dedicamos al trasplante, en todo el mundo. Sin ella sería mucho más difícil tanto el intercambio de conocimientos como el aprendizaje científico; quién no lo conozca se ve muy limitado en cuanto a sus posibilidades de trabajo.

(En <http://www.elmundo.es/ciencia/2015/09/17/55f9b8ef22601d962a8b45b2.html>)

- Económico: sin duda, uno de los ámbitos de mayor relevancia y extensión, clave en el tema de este proyecto. El conocimiento de esta lengua puede ser, con casi toda probabilidad, determinante a la hora de cerrar un negocio, o incluso de comenzarlo, unas mejores oportunidades salariales y/o laborales, e incluso ser la pieza clave para colocar de manera exitosa un producto o servicio en el mercado global. Las organizaciones y empresas que son parte fundamental del origen y extensión del proceso de globalización tienen sus sedes en países en su mayoría pertenecientes al primer grupo mencionado con anterioridad en este apartado, por lo que tienen como idioma materno o de trabajo, al inglés. Podría decirse que han inventado las reglas del juego y, por lo tanto, hay que sumarse a ellas para participar.
- Historia: como se ha visto anteriormente en este apartado, no podemos dejar de abordar sus orígenes históricos y su expansión gracias a Reino Unido y Estados Unidos. Su extensión, por ende, y, según hemos comentado, es global.
- Educativo: relacionado con el contexto formativo, cuyo objetivo es el aprendizaje de tareas y habilidades.
- Personal: el medio de las relaciones personales, familiares y relacionadas.

Estos y otros son los medios donde el idioma tiene importancia capital. Sin embargo, no podemos considerarlos como ámbitos independientes, puesto que están interrelacionados

entre sí. No es de extrañar que de relaciones laborales surjan oportunidades de negocio, o que de una relación del ámbito académico (educativo) surja una relación personal.

A modo de resumen podemos concluir que la inevitable extensión social, cultural y económica de las naciones angloparlantes ha condicionado de manera determinante el uso de su propia lengua, el inglés, como único vehículo de comunicación a nivel global para todo tipo de grupos e individuos. Las tendencias en formación y crecimiento demográfico apoyan la supremacía futura de este escenario actual. Introducimos de esta manera el próximo punto a tratar acerca de la globalización y el fomento del aprendizaje del idioma inglés.

2.2 La Globalización Fomenta el Aprendizaje del Inglés

Para comenzar esta sección, vamos en primer lugar a definir el concepto de globalización, que, como corresponde a un trabajo de esta índole, aparecerá con frecuencia.

Según la Real Academia de la Lengua, entendemos por *globalización* la “difusión mundial de modos, valores o tendencias que fomenta la uniformidad de gustos y costumbres”. Asimismo, la voz responde a la definición de un “proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los Gobiernos”.

Es muy importante determinar que nos hallamos dentro de este marco de la globalización, pues ha supuesto un radical cambio en la manera en la que el mundo se organiza y se comunica en nuestro siglo, en especial en el ámbito empresarial, que es en el que tratamos de centrarnos.

El relevante cambio que se ha dado en el mundo de la economía y los negocios ha convertido en absolutamente imprescindible el dominio del idioma inglés. Todo ello, sin olvidar que la irrupción masiva de las tecnologías de la información ha propiciado la entrada de un nuevo y enorme vocabulario exclusivamente en inglés, de inevitable uso.

Para el mercado laboral, el conocimiento de este idioma como segunda lengua y, más aún, su dominio puede ser la clave para encontrar un puesto de trabajo o acceder a puestos superiores de mayor relevancia y peso en determinadas empresas, en especial aquellas con presencia en mercados extranjeros.

Adecco —primera multinacional a nivel mundial especializada en la contratación, empleando diariamente a 700.000 personas en todo el mundo de las cuales 30.000 en España— afirma que en torno al 86% de las gestiones que realizan demanda candidatos con nivel de inglés. En palabras del director de operaciones de *Adecco Profesional*, César Castel, “aunque a corto o medio plazo una empresa no lo necesite, exigen el inglés para estar preparados. [El inglés] abre muchas puertas laborales y es estratégico en la internacionalización de las empresas españolas”. (En <http://www.abc.es/sociedad/20121224/abci-ingles-idioma-negocios-201212232027.html>)

Ahondando en la idea de globalización, cada vez es mayor el número de empresas que se ven necesitadas de abrirse a mercados exteriores para ofrecer sus productos y

servicios. Para la ejecución satisfactoria de este proceso, se considera una pieza imprescindible el inglés como vehículo de comunicación. Como hemos destacado anteriormente, el aumento del peso de países emergentes como China, India o Brasil —de habla no inglesa todos ellos— no ha restado peso al inglés como idioma internacional de negocios.

Llegados a este punto, cabría preguntarse: ¿cuál ha sido el impacto de la globalización y del idioma inglés tanto en la cultura como en la propia lengua en el caso de España? Podemos señalar algunos de los hitos que marcarían o reflejarían el impacto de esta y su inicio en España. La apertura del Plan de Estabilización de 1959 “fue un conjunto de medidas económicas aprobadas por el gobierno de España en 1959. El objetivo del plan fue la estabilización y liberalización de la economía española. Supuso la ruptura con la política de autarquía del franquismo y permitió el inicio de una época de crecimiento económico en el país durante los años sesenta” (Sánchez Lissen y Sanz Díaz, 2015). Otro gran hito en este proceso, es la firma del Acuerdo Europeo por el que España pasa a formar parte de la Unión Europea en 1986. Por ello como país miembro, accede a la libre circulación de bienes, servicios y de personas entre los países miembros, y se beneficia de todos los acuerdos de comercio que la UE mantiene con otras naciones como EEUU y China (primer y segundo socios comerciales, véase en el anexo correspondiente, un listado de todos los acuerdos comerciales que existen entre la UE y sus socios comerciales).

A pesar de no existir una gran cercanía geográfica entre España y el Reino Unido —a excepción, claro está, de Gibraltar—, hemos experimentado el impacto de su cultura en parte por la enseñanza del idioma inglés en centros educativos públicos y privados, o en los medios de comunicación, entretenimiento (música, cine, videojuegos, etc.), de una manera imparable. No es de extrañar el uso de palabras en inglés que, a pesar de disponer de traducción directa, han penetrado en nuestra cultura a través de los canales mencionados, en inglés propiamente dicho. Palabras como *app*, *like*, *marketing*, *coach*, *post*, *blog*...: el incremento de esta lista no cesa.

Podemos concluir, así, que la globalización como proceso no solo comercial, si no cultural ha jugado un papel determinante en la expansión del idioma inglés.



Universidad de Valladolid

CAPÍTULO III. EL INGLÉS EN ESPAÑA Y EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

3.1 El Inglés en España

En primer lugar, debemos poner en contexto a España respecto a sus vecinos más cercanos, esto es, por supuesto, en comparación con nuestros socios de la Unión Europea. Vamos a estudiar y a realizar esta comparativa gracias a los datos ofrecidos por *Eurostat* en *European Day of Languages* publicado por la Oficina de Prensa de *Eurostat* el 25 de septiembre del 2014. Además, vamos a estudiar los datos que nos proporciona el último informe EPI elaborado por EF (*Education First*) de este 2016, como medida de apoyo y complemento a *Eurostat*. Después, procederemos a profundizar en el caso español apoyados en datos de la última encuesta del CIS (barómetro de 2014), con la intención de extraer las conclusiones pertinentes con que extrapolar al ámbito de la empresa, que se tratará en apartados posteriores.

3.1.1 España y la Unión Europea

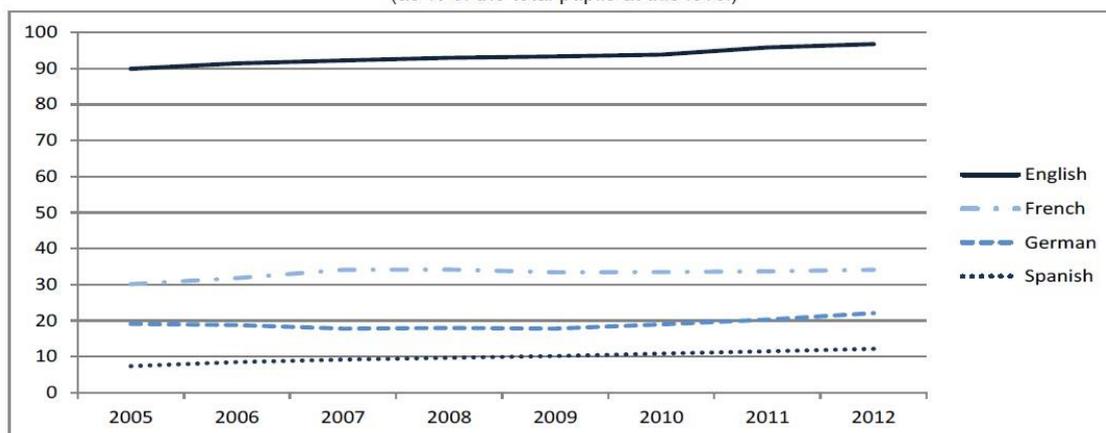
En España la lengua oficial y la más hablada es el español. Es la lengua materna del 89% de los españoles (ya que existen otras lenguas cooficiales en diversas regiones).

Originalmente, la lengua estudiada como primera lengua extranjera en las escuelas españolas era el francés. Esto se debía principalmente a que Francia era nuestro vecino más cercano e importante y a que el inglés aún no se había convertido del todo en la lengua global que es hoy, si bien es cierto también que los intercambios comerciales no eran de la escala global que es hoy.

Por supuesto, no podemos olvidar la situación política de España hasta el fin de la Dictadura, sus consecuencias en el comercio y, por tanto, en la necesidad o no del estudio de un idioma como el inglés. Es precisamente con la apertura que España lleva a cabo en la década de los sesenta cuando el régimen franquista pone en práctica unas medidas de apertura en favor del impuesto proteccionismo. A través de este paulatino avance, de su impacto en el comercio internacional y, especialmente, en el turismo y de la llegada masiva de turismo de países anglosajones, como poco a poco llegaría el cambio. Es en la siguiente década, los setenta, cuando el inglés se establece como la primera lengua a estudiar en la educación pública española, dejando ya de lado el francés. Hay que destacar esta tardía incorporación y evidente desventaja como factor explicativo a los datos que vamos a ver. Es evidente la diferencia con, por ejemplo, Suecia, donde, a pesar de no ser lengua materna, el inglés como lengua franca es usado a diario por el 39% de los suecos y es hablado por casi el 90% de ellos.

Gracias al informe de *Eurostat European Day of Languages* y a las tablas extraídas de dicho documento, afirmamos de manera categórica que el inglés es el idioma más estudiado en el conjunto de la Unión Europea como segunda lengua. De la figura siguiente, además, extraemos que la tendencia es al alza, pasando de un dato de en torno al 90% en 2005 —un valor ya de por sí alto— a un 96.7% aproximadamente en 2012.

English, French, German and Spanish learning at lower secondary level in the EU, 2005-2012
(as % of the total pupils at this level)



FUENTE: EUROSTAT

Estos datos nos reflejan el porcentaje de alumnos en nivel bajo secundario (*International Standard Classification of Education Level 2*) para el conjunto de la Unión Europea. El idioma inglés es el primer idioma estudiado por número de alumnos con tremenda diferencia, siendo el francés, el alemán y el español los tres siguientes más aprendidos, pero a una distancia mucho mayor.

Centrándonos en el caso español, Eurostat nos ofrece los siguientes datos:

Foreign language learning at lower secondary level, 2005-2012 (% of pupils)

	English		French		German		Spanish	
	2005	2012	2005	2012	2005	2012	2005	2012
EU28*	89.9	96.7	30.1	34.1	19.1	22.1	7.4	12.2
Belgium ³	42.2	45.4	-	-	0.7	0.8	0.0	0.0
Bulgaria	64.1	86.2	10.8	3.3	16.2	7.9	1.1	1.4
Czech Republic	71.7	95.6	2.4	3.5	28.5	32.2	0.5	1.7
Denmark	100.0	100.0	11.6	9.1	90.1	73.5	0.0	0.0
Germany	94.8	100.0	23.2	25.1	-	-	1.8	3.7
Estonia	92.9	97.1	2.0	2.6	19.9	15.9	0.1	0.6
Ireland ³	-	-	68.8	63.5	23.0	19.9	7.4	13.6
Greece	99.0	99.0	59.4	49.3	35.7	44.1	0.0	0.0
Spain	98.4	98.1	38.8	38.4	2.4	2.8	-	-
France	95.9	98.4	-	-	14.4	14.4	33.7	36.2
Croatia	85.1	97.1	1.0	1.5	32.1	42.3	0.0	0.1
Italy	89.1	100.0	46.3	69.9	4.9	8.5	3.6	20.5
Cyprus	98.6	99.9	92.9	91.7	1.1	1.1	0.1	1.5
Latvia	96.2	96.1	0.8	1.1	17.2	10.4	0.0	0.0
Lithuania	88.7	96.6	4.5	3.4	25.5	11.9	0.0	0.0
Luxembourg ³	52.9	54.4	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
Hungary	54.3	62.6	0.6	0.5	41.4	32.4	0.1	0.1
Malta	100.0	100.0	42.4	35.0	8.4	7.7	2.4	7.4
Netherlands	:	96.3	:	57.7	:	51.5	:	1.9
Austria	99.1	99.8	5.2	5.1	-	-	0.4	1.2
Poland	72.0	95.2	1.7	3.7	30.5	69.2	0.1	1.1
Portugal	98.3	86.4	88.1	57.4	0.6	0.5	1.1	21.6
Romania	93.1	98.7	86.1	85.7	10.9	9.8	0.5	0.5
Slovenia	93.1	99.8	1.6	2.6	27.4	41.3	0.3	2.5
Slovakia	65.2	91.4	1.8	2.5	37.3	50.2	0.1	0.6
Finland	99.2	99.4	7.5	6.2	15.8	10.7	0.0	1.7
Sweden	100.0	100.0	17.7	15.6	26.6	19.6	28.8	42.3
United Kingdom	-	-	:	:	:	:	:	:
Iceland	99.3	99.8	2.1	1.3	5.3	1.9	1.0	3.8
Norway	100.0	100.0	17.8	14.2	29.9	24.1	3.5	30.0
FYR of Macedonia	92.7	99.9	40.5	52.3	14.9	43.0	0.0	0.0

* EU28 aggregates including 2005 estimates for the Netherlands but excluding the United Kingdom for both 2005 and 2012
: Data not available
- Not applicable

CAPÍTULO III

En España se ha pasado de 98.4 puntos porcentuales en 2005 a 98.1 en 2012. Si bien apreciamos una ligera tendencia a la baja, el porcentaje es, sin embargo, abrumador. Nos encontramos aproximadamente 1.4 puntos por encima de la media de la UE28. Una vez más, se recalcan los valores elevados en los que se están moviendo tanto España como la UE. El inglés es el idioma más estudiado con diferencia.

Pero si bien el número de estudiantes de inglés es muy alto, el dato ha de ser puesto en contexto en relación al nivel del idioma en general en España, comparado con la Unión Europea. Vamos a emplear como fuente el informe EPI 2016 de EF (*English Proficiency Index, Education First*). Sin entrar en demasiado detalle, España se posiciona en el puesto 25 a nivel mundial, enmarcado en lo que se considera nivel de aptitud moderado (muy alto, alto, moderado, bajo o muy bajo). Nos situamos por delante de nuestros vecinos franceses (puesto 29) o detrás de Portugal, con un nivel de recursos similar, posición geográfica, contexto histórico, etc. (puesto 14) o detrás de modelos a seguir como lo son Países Bajos (puesto 1) o Suecia (puesto 3).



FUENTE: EPI 2016 EF

Los datos de esta sexta edición se calculan a partir de 950.000 examinandos que completaron tres pruebas de inglés de EF diferentes en 2015. Para utilizar el EF EPI de forma efectiva, los lectores deben entender su metodología. El EF EPI se crea cada año a partir de un conjunto de pruebas de inglés realizadas el año anterior por cientos de miles de adultos en todo el mundo.

3.1.2 El Caso Español

Finalmente, y, gracias al Barómetro del CIS del año 2014, realizaremos un análisis más detallado del caso español para poder introducir de este modo el marco empresarial que nos ocupa.

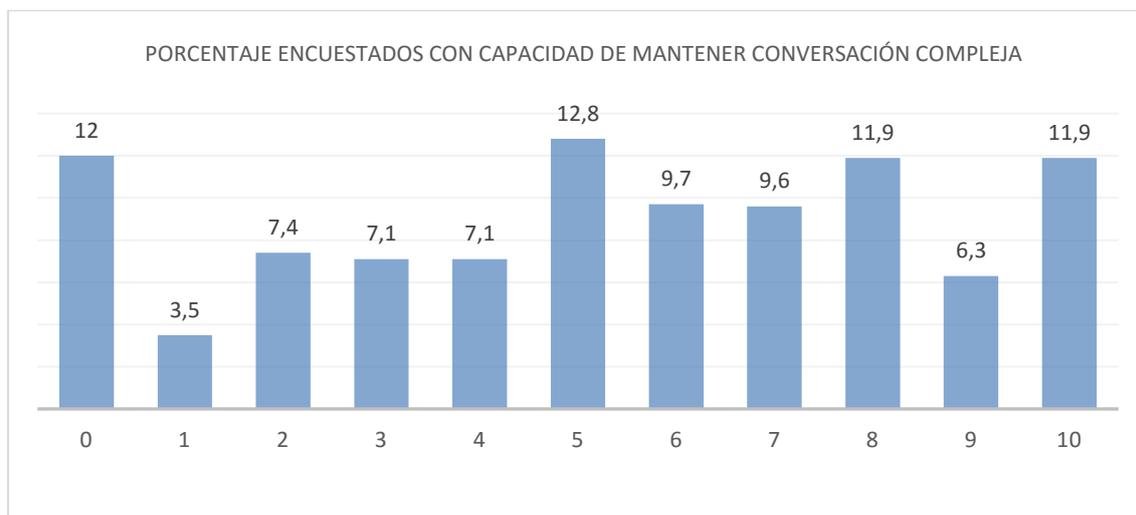
El barómetro del CIS del 2014 contiene algunas preguntas destinadas a conocer diversos datos sociológicos: algunos de ellos nos son de gran utilidad aquí. El conjunto de las preguntas estudiadas para este trabajo y sus datos aparecen en el anexo correspondiente. Veamos algunas ideas interesantes:

- Con respecto a los siguientes idiomas, ¿podría decirme si...?

Los encuestados responden que el 25.5 de ellos habla y escribe inglés, pero no se concreta el nivel de fluidez o gramatical. También se extrae que el 61.4 por ciento de los 2474 encuestados ni lo habla ni lo escribe.

- Participar en una conversación en la que Ud. tenga que exponer su opinión de forma matizada, argumentando y rebatiendo opiniones.

De esta cuestión —que se acerca más al entorno de la empresa, esto es, a la habilidad y capacidad de mantener conversaciones de un tono más formal sobre temas específicos y/complejos— obtenemos los siguientes resultados relevantes: un 18.8 de los encuestados afirma poder mantener dicho tipo de conversación sin apenas dificultad, frente al 4.2, que asegura no ser capaz. Como es lógico, se trata de datos muy extremos: veamos todas las respuestas obtenidas reflejadas en una escala de valores de uno al diez, siendo 0 ninguna dificultad y 10 mucha dificultad.



FUENTE: BARÓMETRO CIS 2014

Aunque a primera vista quizá no parece apreciarse una enorme diferencia, sí que hay que destacar que el porcentaje de personas que dicen tener una dificultad menos para mantener dicho tipo de conversación (0 a 4) suman 37.1 puntos porcentuales, frente a un 62.2, que se enmarcarían dentro del grupo con mayores dificultades para conseguir dicho propósito (5 a 10). Esto viene a indicar que poco más de un tercio —menos aún si rebajamos el nivel de dificultad exigido— se considera capaz de mantener una conversación en idioma inglés de una cierta complejidad, más o menos el tipo de conversación que puede requerirse en el ámbito de la empresa, lo cual parece no ser un número necesariamente alto o aceptable.

De la publicación también se destaca algún apunte reseñable. Como, por ejemplo, el 38.1 dice considerar el aprendizaje del inglés bastante difícil y un 45.8, sin embargo, poco difícil (pregunta 14c).

- En la actualidad, ¿está aprendiendo Ud. algún idioma extranjero?

Frente a las dos únicas opciones de sí o no, destaca mucho el amplio número de encuestados que responden NO a estudiar un nuevo idioma extranjero. Curioso en el contexto globalizado que estudiamos y quizá reflejo de los datos que veremos para la empresa. No podemos olvidar que el barómetro del CIS presenta una muestra representativa y proporcional del conjunto de la población española: más adelante cerraremos el espectro para las empresas.



A esta pregunta le sigue el dato de que el 79.1 por ciento de ellas han elegido el inglés como idioma a estudiar, acorde con la línea de los datos anteriores (pregunta 16a).

Finalmente, y para terminar con los datos del CIS,

- ¿Podría decirme cuál es el motivo principal por el que está aprendiendo inglés?

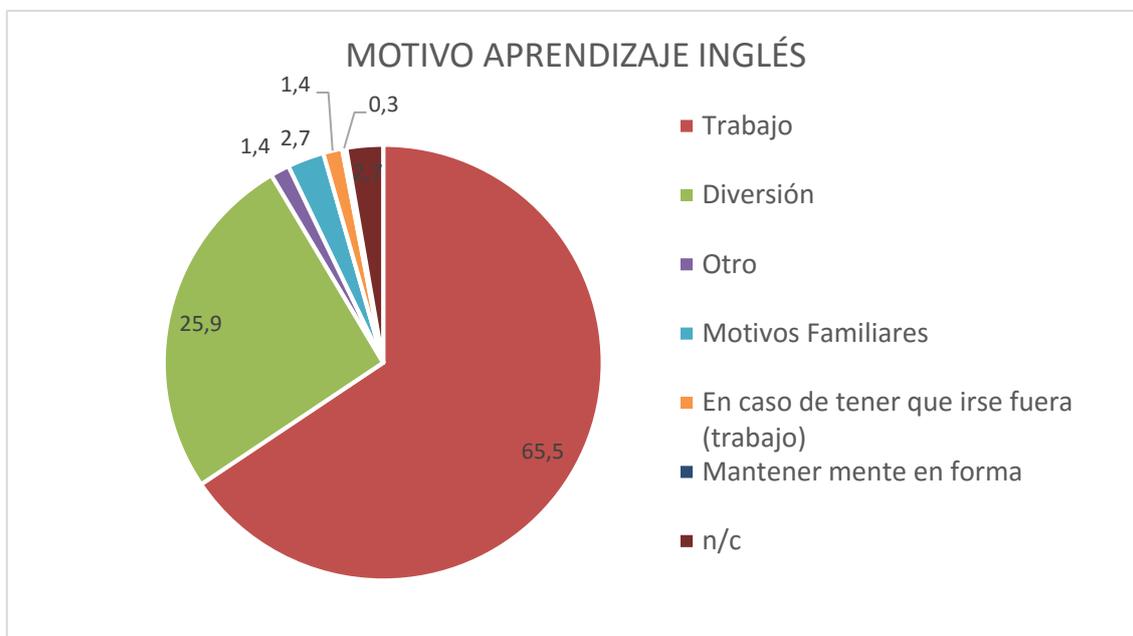
Aburrimiento es el motivo principal: el trabajo se alza como motivación nuclear o circunstancia primaria para aprender un idioma extranjero, inglés, en nuestro caso. Tanto es así, que es motivo de ello para el 65.5 por ciento del total de los encuestados, siendo diversión el segundo motivo, muy de lejos, con un 25.9 puntos del total.

Cabría sin embargo preguntarse si la categoría de la educación formaría parte de la categoría de trabajo. Es decir, ¿están los estudiantes del sistema educativo español, donde el inglés es obligatorio hasta el bachillerato, incluidos en esta muestra empleada? No estaría de más cuestionárselo ya que el número de estudiantes que están cursando inglés de manera obligatoria es alto y debería aparecer en la encuesta. La respuesta del CIS es la siguiente:

El universo de la encuesta es la población de la cual se quiere obtener información. Las encuestas del CIS generalmente tienen como universo, o población objeto de estudio, a la población con nacionalidad española mayor de 18 años, (-). Aunque el tamaño y las características de la muestra varían en función de los objetivos de una encuesta, las encuestas del CIS suelen tener una muestra mínima de 2500 individuos.

(En http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/pasosencuesta.htm).

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



Por lo tanto, esa circunstancia, que podría sesgar significativamente nuestros datos, no está reflejada en el barómetro que hemos empleado.

3.1.3 Conclusiones

Para terminar el capítulo y, a la luz de lo analizado, podemos formular algunas conclusiones.

Primero, que el nivel de inglés en España no es suficientemente alto en comparación con sus homólogos europeos o el resto del mundo. Si bien parece que un puesto 25 a nivel global (y su paulatino ascenso) es interesante, es una buena base sobre la que trabajar y mejorar, pero insuficiente para ese nivel deseado, más similar al nativo.

Segundo, que estamos por encima de la media europea en número de individuos que estudian inglés sobre otros idiomas como segunda lengua: 98.1 frente a 96.7, algo muy positivo que refleja una tendencia de incremento del nivel de conocimiento, coherente con el proceso de globalización que estamos sufriendo.

Tercero, que España y la UE son conscientes de que el único idioma viable — consecuencia del proceso de globalización que estamos experimentando e idioma del mundo de los negocios y empresarial— es el inglés, sin la menor duda. Por ello, es la primera opción de aprendizaje con gran diferencia, tanto en España como en Europa.

Cuarto y último, nos resulta tremendamente destacable que la principal motivación para aprender el idioma inglés responda a motivos laborales. Esto nos lleva al siguiente punto y núcleo y objetivo de este trabajo.

3.2 El Inglés en las Empresas Españolas

Efectuado el análisis a nivel general del caso español, procedemos a focalizar en el marco de la empresa. Vamos a emplear fundamentalmente, tres fuentes de datos con los que justificar dicho apartado: en primer lugar, el informe *Dexway* sobre el nivel de inglés en empresas en España. Muy similar a este, el informe *EPI* de *EF* del año 2016, pero también centrado en el ámbito empresarial. Como complemento a estos datos analíticos, aportaremos un dato más humano con la información proporcionada por Graham Standing, profesor de inglés en empresas durante más de dos décadas.

3.2.1 Presentación y Análisis de los Datos a Nivel Mundial

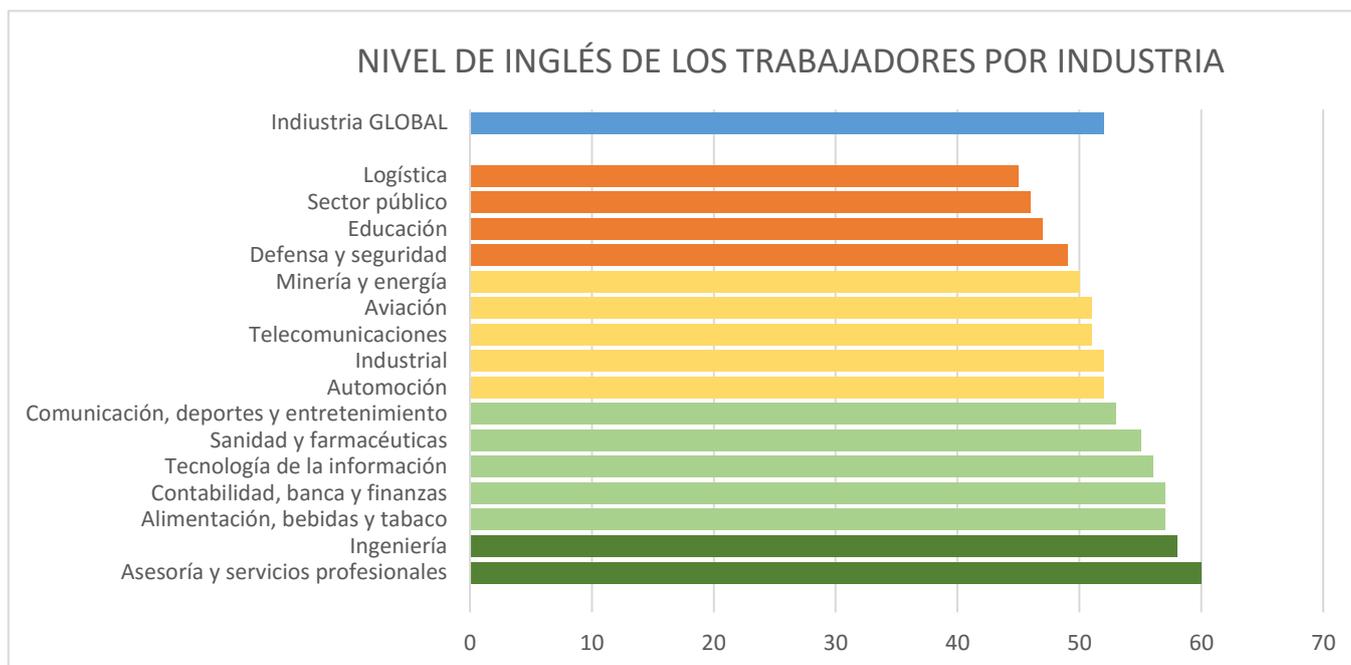
Rápidamente y, a modo de referencia, introduciremos a las organizaciones detrás de ambos informes empleados.

- *Dexway* es la división especializada en la formación *online* de idiomas de *Computer Aided e-Learning / CAE Computer Aided USA*, compañía internacional pionera en el desarrollo de soluciones tecnológicas para la formación. Desde 1981, la compañía se ha caracterizado por su avance continuo en la aplicación de la tecnología y los métodos pedagógicos más innovadores en la mejora de los procesos de aprendizaje.
- El índice del nivel de inglés *EF* para empresas (*EF EPI-c*) es una evaluación de la competencia en inglés de los trabajadores a nivel internacional. Esta tercera edición del estudio recoge los niveles de dominio del inglés en 40 países y 16 industrias, además de destacar las mejores prácticas en diversos contextos. El *EF EPI-c* es un complemento del informe *EF EPI*, el cual evalúa el nivel promedio de inglés de los adultos en todo el mundo conforme a un conjunto separado de resultados de exámenes. Juntos, dichos informes ofrecen una visión completa de la competencia lingüística en inglés de los adultos en todo el mundo.
- Graham Standing, licenciado en artes y estudios ibéricos y latinos por la Universidad de Southampton, es un profesional natural de Londres (Reino Unido), dedicado a la traducción y a la formación en inglés en empresas de España. Ha trabajado en este campo durante más de veinte años con firmas como la papelera *ENCE* o la naviera *Factoría Naval de Marín*.

Citando de nuevo a Tsedal Neely, “el multilingüismo sin restricciones genera ineficacia incluso entre los trabajadores más entregados y capacitados. Puede ocasionar desacuerdos en las interacciones transfronterizas, pérdidas de ventas y una multitud de otros problemas serios que pueden poner en peligro la competitividad”. (Tsedal Neeley, 2016).

Como hicimos en apartados anteriores y con la finalidad de facilitar la comprensión del caso español, sería conveniente su comparación con el ámbito global de las empresas. De las fuentes presentadas, se destacan los datos que a continuación pasamos a desglosar.

Según los datos del *EPI EF 2016* de Empresas, España se posicionaría en el nivel 16 a nivel mundial, con un nivel alto de inglés. Esto eleva significativamente la comparación con el nivel de inglés de la población general: su informe hermano nos posicionaba en el puesto 25 y a un nivel moderado. Se explica con relativa facilidad al encontrar mayor densidad de profesionales con estudios avanzados de inglés, además de otros campos, en el mundo de las empresas. El informe nos proporciona también un interesante dato acerca del nivel de inglés pero, esta vez, segregado en las diferentes industrias que vamos a encontrar. Así podemos encontrarlo en el siguiente gráfico:



FUENTE: *EPI EF 2016 EMPRESAS*

Antes de nada, es preciso ver la correlación entre nivel de inglés *EPI* y el *CEFR* (*The Common European Framework of Reference for Languages*).

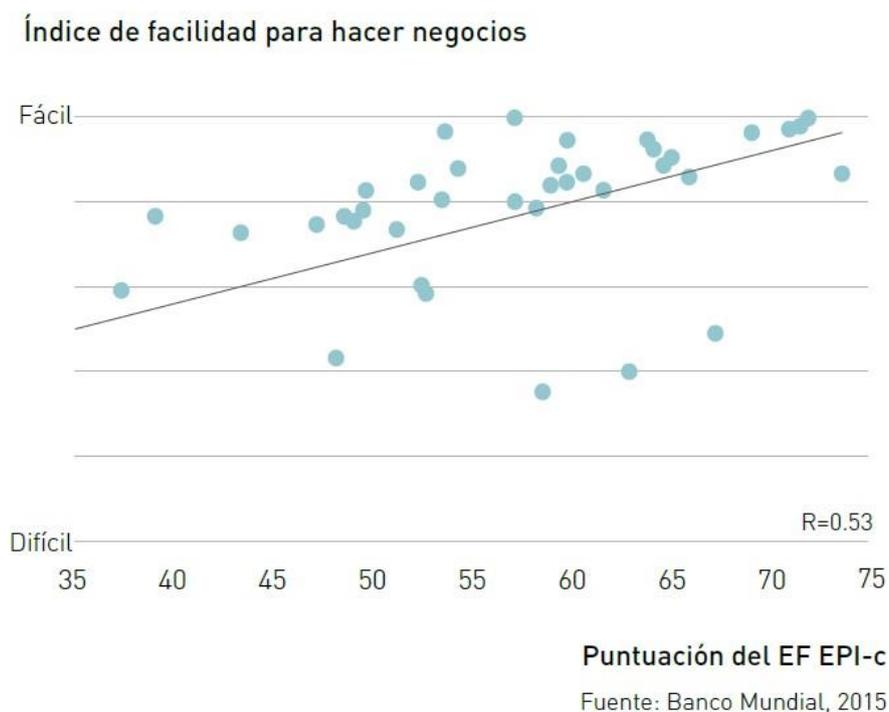
94-100	C2 Avanzado Alto
79-93	C1 Avanzado
63-78	B2 Intermedio Alto
49-62	B1 Intermedio
34-48	A2 Básico
0-33	A1 Principiante

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Vemos alguna conclusión que podría parecer ilógica, como que una industria tal como aviación —tremendamente expuesta internacionalmente— presente un nivel sensiblemente inferior al resto o a la media global.

Más interesante aún es el caso de la logística —internacional por definición—, que aparece en último lugar en nuestra lista. Siguiendo con lo expuesto por Neely, empresas con empleados (y directivos) con competencias elevadas en inglés tendrán una mayor capacidad de acceso a compradores, clientes y proveedores, ampliando su espectro de acción posible. Todo ello, sin olvidar una mejor comunicación entre empleados dispersos geográficamente, algo especialmente importante para multinacionales.

Esta afirmación va en la línea del siguiente dato que tomamos del informe *EPI Empresas*. En el siguiente cuadro vemos la correlación existente entre la *facilidad de hacer negocios* y *el nivel de inglés en la empresa*:



Atendiendo superficialmente a los datos econométricos que nos proporciona la tabla, hay una tendencia fácilmente destacable. Incluso con niveles bajos —pero con mayor eficacia en niveles por encima del 60 (esto es, superior a la media global de las empresas y a la mayoría de los sectores)—, estas empresas tendrán una facilidad de negocio significativamente superior al resto de sus competidores. Son datos procedentes del Banco Mundial y de una solidez interesante, ya que el coeficiente de determinación r cuadrado es de 0.53, lo que supone un valor muy alto para el volumen y diversidad de datos tratados. Este gráfico no hace sino poner de relieve lo que es un secreto a voces. Cuando más inglés se maneje en una organización o empresa, mejores resultados potenciales podrán obtener al acceder al mercado global. Sin ir más lejos y, dentro de la Unión Europea, la lista de acuerdos comerciales *intra* y *extra* comunitarios es abrumadora (lista completa en el anexo correspondiente), para lo que es necesario tener la capacidad de comunicación requerida.

Siguiendo con los datos relevantes del informe, destacamos que se ha constatado que el nivel de conocimiento de inglés de los directivos y/o cargos superiores es inferior al de cargos intermedios o, incluso, empleados (asociados). Este aspecto quizá sea explicado por el hecho de que, para alcanzar posiciones elevadas de gobierno en la empresa, se requiere más tiempo (personas de mayor edad), o porque los trabajadores pueden dedicar menos tiempo a formarse en inglés debido al volumen de tareas y responsabilidades asignadas.

Para cerrar el apartado global de empresas, apuntaremos dos datos interesantes: el 41% de los directivos de empresas consideran que el conocimiento del inglés beneficia a su empresa en el mercado global. Un 28% de ellos también señala el acceso a nuevos grupos

de clientes, en parte por la repercusión positiva en la imagen de la empresa. Es también interesante destacar que el 60% de las empresas consideran haber perdido oportunidades de negocio por no tener capacidad de desarrollar acuerdos por falta de un nivel de inglés adecuado (alto). (En *The English Margin*, EF, 2015).

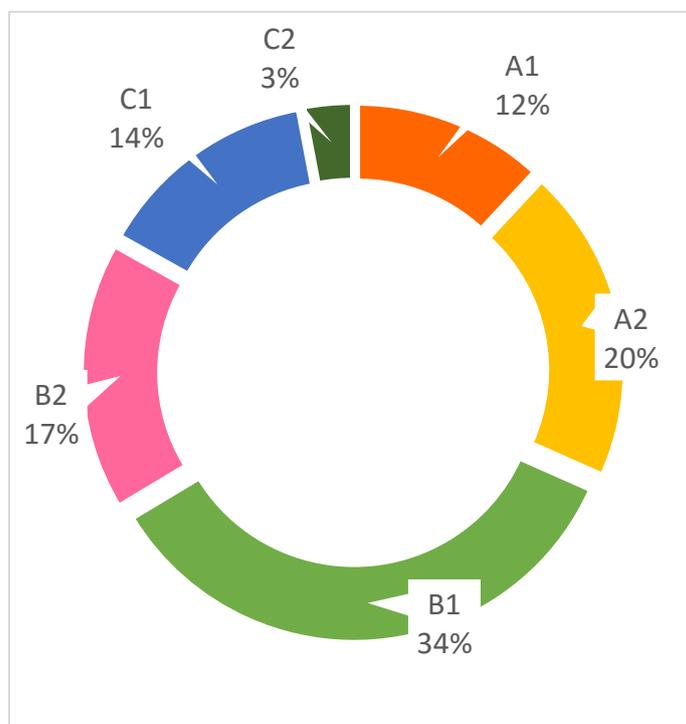
3.2.2 El Caso Español

El nivel de conocimiento del idioma inglés —según lo que extraemos del informe *EPI EF 2016 de Empresas*— no es necesariamente malo, pero, aun así, ¿supone realmente un reflejo de las empresas españolas?

En este apartado vamos a analizar con diversas fuentes cuál es el panorama en el marco de la empresa española.

El informe *Dexway* subraya la dificultad que los empleados de empresas en España les suponen aprender inglés. El 75% de ellos considera que debería mejorar esta aptitud. Como vimos con datos del CIS, el 40 por ciento de los españoles asegura hablar un segundo idioma, pero este dato hay que tomarlo con cautela, debido a la existencia de cuatro lenguas cooficiales (catalán, euskera, gallego y aranés). El 22 por ciento de los empleados dice tener la capacidad de mantener una conversación fluida en inglés.

Las estadísticas vertidas por el estudio *ASTEX* —empresa internacional especializada en la formación en idiomas— reflejan unos números más preocupantes. El estudio trabaja con una muestra de 14.423 ejecutivos de 125 empresas españolas y las agrupa por las categorías del *CEFR*.



FUENTE: *ASTEX* 2016

Veamos de manera detallada qué interpretaciones y conclusiones podemos obtener del estudio:

- **NIVELES A1 Y A2 (PRINCIPIANTES).** Entre ambos acumulan un 32 por ciento, esto es, prácticamente un tercio: un tercio de los ejecutivos españoles tiene un nivel principiante de comunicación en idioma inglés. De los 14.423 encuestados, son 4.634 ejecutivos los que están dentro de estos bajos niveles de conocimiento. Son profesionales en los que habrá que invertir mucho tiempo y recursos para que alcancen un nivel óptimo o deseable. La empresa deberá preguntarse si les es rentable llevar a cabo dicha operación, como si de otra inversión de la empresa se tratara. Incluso plantearse la inversión en términos de tasa de retorno: si la inversión es más costosa que las posibles tasas de retorno, no se deberá llevar a cabo. Todavía más cuestionable habrá de ser la viabilidad de esta formación si tenemos en cuenta el potencial tiempo necesario, si se continuará con la persona dentro de la propia empresa, etc.: dado el cambiante clima empresarial —donde la movilidad comienza a ser y va a ser la norma en el corto plazo—, no se considerará rentable facilitar la formación a una persona que puede que abandone la organización en un futuro cercano.
- **NIVEL B1.** También conocido como nivel intermedio. Un total de 4.976 ejecutivos encajaban dentro de esta categoría, nada menos que otro tercio del total de participantes. Sumando las categorías anteriores, ya tenemos dos terceras partes de ejecutivos que no alcanzan ni tan siquiera el famoso nivel B2, considerado el óptimo para desenvolverse correctamente. Llegados a este punto, ya vemos que el nivel de los ejecutivos es preocupantemente bajo, por la cuantía de ellos que suman un nivel insuficiente para la realidad empresarial.
- **NIVEL B2.** Sólo 2.407 participantes llegan a este nivel, considerado por las empresas el deseado. Ello constituye un exiguo 16.7% del total. Detectamos aquí un problema importante, empezando porque resulta cuanto menos arriesgado suponer que el nivel B2 es suficiente para desenvolverse con soltura en el mercado internacional. Como refleja el informe, son muchas las empresas que afirman solventar este problema con un riguroso proceso de selección, donde el inglés es clave. Sin embargo, es sabido que, si bien debería ser así, muchos de los títulos o acreditaciones presentadas por parte de malos candidatos —y aceptadas por las empresas— ni son lo que parecen, ni realmente suponen una garantía de nivel y calidad del idioma. Siguiendo con el estudio, si las empresas —y, en especial, los departamentos o encargados de los recursos humanos— fueran realmente rigurosos en los procesos de selección, posiblemente, los candidatos resultarían descartados del proceso. Es, en cierto modo, un mito el afirmar que las empresas en España consideran un nivel competente de inglés discriminatorio a la hora de superar exitosamente procesos de selección. Es una de las maneras de explicar parte de los datos reflejados aquí y en otros documentos de este trabajo. Numerosas son las empresas que justifican así la reducción o supresión de sus programas de formación en inglés, nuevamente escudándose en el corte que afirman imponer en sus procesos de selección con respecto a esta aptitud.

- NIVELES C1 Y C2. Estos son los que realmente deberían ser considerados como niveles óptimos por las empresas, pues, definitivamente, resultan mucho más convenientes para poder iniciar y mantener verdaderas y sólidas relaciones con empresas de otros lugares o mercados.

Aquí tenemos a 1.965 ejecutivos pertenecientes al nivel C1 y a 411 enmarcados en el nivel C2, considerado, por mucho, como el inalcanzable bilingüismo —nivel experto. Ambos aglutinan al 17 por ciento del total.

Es en este nivel donde los ejecutivos están realmente capacitados para negociar en este idioma, trasladarse al extranjero —ya sea a países de habla inglesa o no—, y como se ha dicho, consolidar relaciones comerciales estables a largo plazo. Quizá no se ha alcanzado el punto en el que este nivel sea un requerimiento necesario, pero el mundo comercial y empresarial que está llegando lo va considerar una aptitud básica, y aquellos que no lleguen a los estándares que se requerirán, podrían quedar excluidos. Es evidente que no podemos ni necesitamos dicho nivel de inglés en todos los escalafones de nuestra empresa, pero en lo que a nivel ejecutivo se refiere, será indispensable. Es probable que el B2 sea suficiente para que la mayoría de trabajadores sean competentes en las tareas que requieran un uso del inglés ocasional. Y tampoco debemos aplicar este baremo a todas las clasificaciones empresariales, ya que no todas tienen volumen de negocios suficiente para una expansión internacional, o tienen contactos (probadores) en el extranjero. Con todo, y visto el clima globalizador y la tendencia de compra de empresas por parte de multinacionales más grandes, parece evidente que este tema se convertirá en un aspecto crucial en el mundo empresarial futuro.

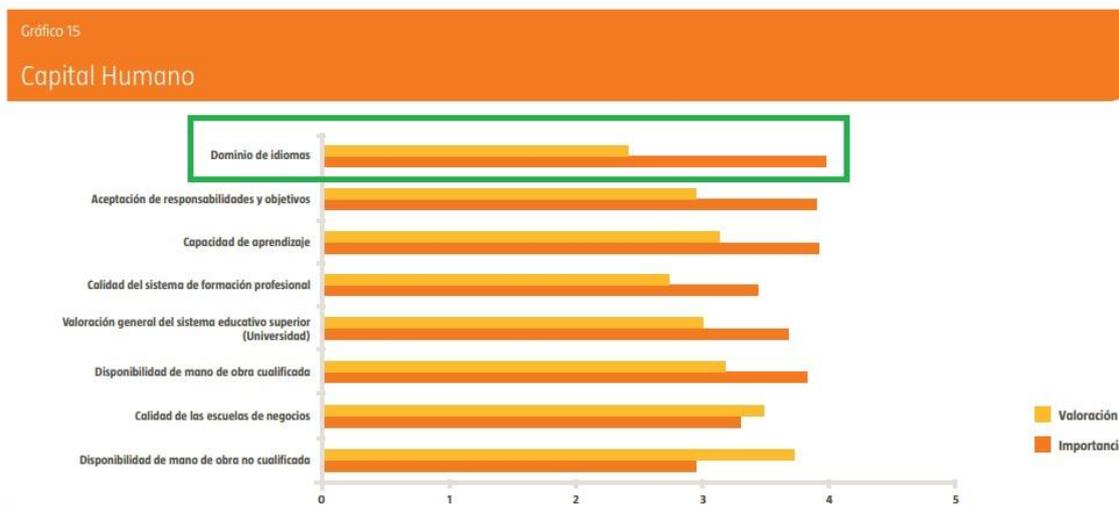
3.2.3 La Formación en Empresas Españolas

No hay que buscar demasiado para darse cuenta que las empresas españolas se encuentran a día de hoy en situación de desventaja. Veamos algunas ideas aportadas por profesionales del sector.

El índice internacional de inglés de negocios BEI, el cual es elaborado por *Global English Corporation*, otorgó en 2012 a los españoles tan sólo un 4.43 en una escala de cero a diez. Es un dato por encima de la media global de 4.15 puntos, lo que nos sitúa en la zona más baja de la denominada franja básica, que va desde el 4 al 6, ambos incluidos. Es un dato inferior a la media del sur de Europa, 5.1, y de la media del norte de Europa, con mejores resultados, de 5.69. (En *The Business English Index 2012 Report*, 2012).

Para María Luisa Blázquez, investigadora asociada de la Escuela de Negocios IESE “el nivel de los empresarios españoles no es en absoluto adecuado para competir en el mercado global.” Las complicaciones para acceder a información valiosa de mercado o la ralentización de la internacionalización de la empresa son consecuencias directas de este problema. Los empleados son la imagen de la compañía y una limitada formación en idiomas puede llegar a lastrar la imagen de la empresa. Según el Barómetro del Clima de Negocios en España 2015, la valoración que se realiza acerca del capital humano español, se ve frenada por su escaso dominio del idioma, además de sus habilidades de expresión oral y en público, destrezas que van de la mano en muchos momentos.

Son, además, las empresas más internacionalizadas las que mejor se han desenvuelto en el contexto de crisis financiera y económica vivida.⁸ La apertura y posibilidad de recurrir a mercados menos afectados, o de una manera diferente, ha ayudado a la diversificación, clave del éxito empresarial. A la luz de estos datos llegamos a dos conclusiones: primero, el nivel de inglés no es el suficiente para desenvolverse con soltura en el mundo del comercio internacional; y segundo, ello es considerado de importancia vital de cara a las empresas españolas ahora y en un futuro próximo. Es aquí donde entra en juego una de las soluciones que las empresas llevan años empleando, los cursos de formación en



FUENTE: Barómetro del clima de negocios España 2015. Último acceso: 8 de diciembre de 2016
<http://www.investinspain.org/invest/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mda0/mzg1/~edisp/4385303.pdf>

inglés en empresas. Según la experiencia de Graham Standing, el mundo empresarial comenzó a detectar este problema y proponer o iniciar cursos de formación internos, aproximadamente treinta años atrás. Para Standing, la calidad de la formación que se imparte no es en general buena. Los resultados que se obtienen no son positivos por norma, ya que, atendiendo a los datos que se han ido viendo a lo largo de este trabajo, no se ven mejorados por la formación en empresas. Si el nivel de inglés ha alcanzado los niveles de hoy día, dice Standing, es principalmente por el conocimiento del inglés que el empleado trae consigo cuando accede a la empresa, pero, en general, no de lo que aprende en la misma.

Janice Haywood —propietaria de la escuela de inglés *Business Learning Solutions*, en Madrid— califica de “escándalo” la situación que se vive hoy día en la enseñanza de inglés en las empresas. Los profesores llegan tarde, no están preparados, no preparan las clases y mezclan a alumnos de distinto nivel. Para Haywood, hay demasiadas empresas que se han querido sumar a la tendencia de la formación en empresas, entrando en un negocio que no comprenden, ni tienen experiencia o recursos para ofrecer un producto y/o servicio de calidad.

(En <http://www.20minutos.es/noticia/454809/0/clases/ingles/empresas/>).

Estos problemas los corrobora Standing, que, en sus más de cincuenta años de experiencia acumulada, tiene una visión similar al respecto. Las empresas andan un poco perdidas en este aspecto, pero el principal problema, continúa Standing, es que como norma general buscan soluciones baratas y a corto plazo. Esta tendencia se ha visto además acrecentada durante los pasados años de recesión económica y refleja muy bien la mentalidad

cortoplacista del empresario español. Es en este momento donde han visto una solución a sus problemas, de coste reducido y supuesta calidad.

España es un destino en auge para estudiantes Erasmus y de otros programas, con estudiantes con origen en países angloparlantes. Es el primer país europeo en recibir a estudiantes en el programa Erasmus.

(En <http://sepie.es/doc/comunicacion/publicaciones/bajadatos-y-cifrasok-2.pdf>).

Es aquí donde las empresas han visto una opción rápida y económica, estudiantes extranjeros que de éste modo obtienen unos ingresos adicionales para su estancia en España, gracias a impartir dichas clases. Haywood asegura que este sector carece del conocimiento de didáctica necesario para impartir una clase. Vienen a ellas sin preparación y no se ajustan al contexto propio de la empresa. Ser nativo no implica tener la capacidad de enseñar mejor el idioma, menos todavía si no se ha sido preparado para ello.

Peter Medgyes, autor del libro *El profesor no nativo*, comenta que “un profesor que no sea nativo puede considerarse un mejor modelo para sus alumnos, más allá del mero uso de la lengua. Si mis alumnos ven que puedo hablar inglés de forma fluida, y que he sido capaz de aprender inglés hasta tal nivel, pensarán que ellos también son capaces.” (Medgyes, P, 2014).

Por su parte, Natasha Kennedy, directora de *TTMadrid*, empresa especializada a formar profesores de inglés, nos dice que, para enseñar inglés, no solamente es necesario hablarlo. Según ella, en muchos casos no se enseña a ver la utilidad del idioma de manera práctica: los españoles estudian inglés toda su vida, pero no abandonan nunca la monotonía del aspecto gramatical.

(En <http://www.20minutos.es/noticia/454809/0/clases/ingles/empresas/>).

Como hemos comentado en líneas previas, Graham Standing trabajó para dos grandes empresas: la papelería *ENCE* y la naviera *Factoría Naval de Marín*. De la entrevista con Standing podemos corroborar las afirmaciones anteriores. Sin embargo, vamos a poner un contrapunto a lo expuesto hasta el momento, pues parece que el caso de ENCE, ha sido exitoso. La exportación anual de celulosa que la empresa lleva al mercado europeo es de un 95 por ciento. Es muy atrevido y erróneo achacar tal volumen de exportación únicamente al nivel de inglés de sus empleados y al éxito de su programa de formación en el idioma, pero, sin duda, ha constituido un factor que lo ha impulsado. Standing asegura que ese porcentaje era sensiblemente menor justo antes de su incorporación a la empresa. No disponemos de datos concretos, pero lo que se nos dice, el *feedback* obtenido por él durante los veintitrés años en *ENCE* fue muy positivo y se consiguió aumentar el nivel medio del idioma en los participantes del programa de manera significativa. Pero los problemas también estaban presentes en estas dos organizaciones, y parece una tendencia en el sector español.

Vamos a presentar los problemas más recurrentes, gracias a las experiencias de las fuentes empleadas.

- Factor económico: existe una falta de recursos o falta de intencionalidad por parte de la empresa, lo que implica pocas horas, pocos profesores y poca cualificación.

CAPÍTULO III

- Factor organizativo (1): con el agrupamiento de todos los participantes en una misma clase, sin diferenciación por niveles.
- Factor organizativo (2): por la falta de orientación por parte de las empresas. Así, no se define qué objetivos alcanzar, tanto de nivel como de tipo de conocimiento. No es el mismo inglés que necesita un farmacéutico que el demandado por un empleado de una empresa de ingeniería medioambiental.
- Factor de localización (3): los cursos se imparten en el lugar de trabajo. Los alumnos, no se encuentran exentos de distracciones propias del trabajo.
- Factor circunstancial (4): no es una prioridad, para la mayoría es una formación impuesta por la dirección. Son empleados en un momento profesional crítico, con un volumen de actividad tanto profesional como personal muy grande y no disponen del tiempo que requiere aprender un idioma. Reciben un inglés de mantenimiento.

El componente sociológico, defiende Standing, es muy relevante y parte importante del problema. La formación es impuesta en la mayoría de los casos y no viene acompañada de beneficios a corto plazo para el empleado. La empresa le va a exigir continuar con su vida laboral de igual manera, pero añadiendo, además, el factor del inglés, cuya utilidad posiblemente resulte desconocida para el trabajador. Además, se pregunta el objetivo de la formación cuando con gran probabilidad las nuevas generaciones que empiezan en la empresa vengan más capacitadas.

La empresa no suele definir qué tipo de inglés quiere que reciban sus empleados. Un inglés general no siempre se adecua a cualquier empresa, empleado o cargo. Tampoco parece especificarse de qué manera va a impartirse y/o adquirirse el idioma, con lo que, todo ello, sumado al resto de factores que hemos presentado, forma un cóctel, en general, inservible.



Universidad de Valladolid

CAPÍTULO IV. PROPUESTA DE MODELO DE FORMACIÓN

Estudiado el nivel de inglés que presentan ejecutivos y empresas españolas y las deficiencias que, por norma general, muestran las decisiones de formación en las propias compañías, en este capítulo vamos a proponer unas líneas a seguir para diseñar un modelo que se adecue mejor a las necesidades de cada empresa. Pretendemos, de este modo, proporcionar humildemente unos resultados mejores a los conseguidos hoy día. A fin de simplificar la cuestión, seguiremos un esquema por puntos y nos basaremos en los errores que, según hemos detectado, se repiten de manera más común. Finalmente, trataremos de proponer soluciones basadas en las recomendaciones de las fuentes consultadas.

1. ANÁLISIS DE SITUACIÓN DE LA EMPRESA

La primera pregunta a la que habríamos de dar respuesta es *¿Tengo necesidad de conocimiento de inglés?* Esto es, ¿tengo clientes en el extranjero, proveedores de países de habla no hispana u opciones o necesidad de introducirme en mercados extranjeros? Esto es determinante, pues de nada servirá invertir en ello si realmente no somos es perfil de empresa que lo necesita. Otra pregunta interesante, vista desde el punto de vista de la demanda, sería *¿He perdido oportunidades de negocio por no tener una capacidad de comunicación adecuada?* Todo ello será el pilar del proceso. Si las respuestas son en su mayoría afirmativas, pasaríamos al paso siguiente.

2. ANÁLISIS DEL NIVEL DE INGLÉS EN LOS EMPLEADOS

Hay que determinar si la respuesta a las preguntas respondidas con anterioridad son consecuencia de un bajo nivel comunicativo de los componentes de la organización. Podría darse el caso de obtener respuestas afirmativas no vinculadas a una mejora del nivel de inglés como solución apropiada. Recurriríamos a un agente externo, un profesional. Debemos determinar con la mayor precisión, calidad y rapidez posible el nivel de inglés de los partícipes de la empresa para hacer la correspondiente valoración. Si como resultado de dicha evaluación detectamos que, efectivamente, nuestro nivel está por debajo de las exigencias del mercado, continuaremos con el proceso.

3. DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS A ALCANZAR

Estamos en un punto crucial. Como nos decía Standing, un problema importante es el no saber a dónde queremos llegar con esta medida como empresa. Habrá que determinar:

- Nivel que necesitamos y queremos alcanzar de manera realista.
- Tipo de inglés que precisa cada elemento de nuestra organización: será diferente en duración, intensidad y contenido para cada una de las partes y personas a quien vaya dirigido. Se acabó el “pescado para todos”.
- Alcance: a cuántos niveles organizativos de la empresa debemos y queremos incluir en el proceso. ¿Necesito que los carretilleros del almacén sepan el mismo inglés que el director de ventas? Resulta crucial primar la racionalidad.
- Horizonte temporal: determinar de forma objetiva y en función de los costes —ello se aplica a las cuestiones anteriores— cuándo queremos llegar al objetivo definido. Se trataría de evitar un pensamiento cortoplacista, pues estaríamos tramando inversiones en capital humano a largo plazo para afianzar su efectividad.

4. ASIGNACIÓN DE RECURSOS

De nuevo, momento importante. Una vez definido qué queremos y de qué manera, hay que dotar los recursos para ello. De nada sirven las intenciones si no contamos con los profesionales y los medios y que se adapten mejor a nuestro caso. Evaluaremos la inversión en términos financieros y decidiremos si se lleva a cabo. Habremos de dotar la partida correspondiente en los presupuestos contables de la empresa y tendremos que informar a los empleados antes de tomar la decisión. El factor de la formación impuesta ha tenido repercusiones negativas.

5. ANÁLISIS PROGRESIVO DE LOS RESULTADOS

Si bien no tanto respecto a la mejora del idioma —que será pertinente en un horizonte de 6 meses o un año (a determinar por los profesionales de la formación)—, un análisis enfocado al contenido de los trabajadores resultará esencial. Se nos antoja de capital importancia conocer si se está de acuerdo con el lugar de impartición de las clases —ya sea en el lugar de trabajo por necesidad o fuera para darle mayor repercusión—, la flexibilidad y compatibilización de los horarios, su perspectiva del proceso, etc. Debemos tener esta información de quien realmente recibe y necesita esta formación. Si el *target* de la misma no está satisfecho con el proceso, habrá que cambiar el rumbo del mismo.



La cuestión se torna relativamente simple. Tan sólo es necesario determinar si se necesita formación en inglés por las necesidades tanto comerciales como estructurales de nuestra empresa; en caso afirmativo, habremos de definir un plan de objetivos prudente y adecuado a las características de la empresa y dotar la asignación de recursos necesaria para llegar a estas metas marcadas gracias a la ayuda de profesionales en el campo.



Universidad de Valladolid

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES FINALES

Tal y como se ha intentado detallar a lo largo de todo este Trabajo de Fin de Grado, el mundo empresarial ha de afrontar una serie de circunstancias innegables. Así, resulta evidente que la economía está absolutamente globalizada: empresas tecnológicas de diseño de *smartphones* en California o en España establecen sus procesos productivos en China; las exportaciones de España tienen como mercado principal los Estados Unidos, fuera de la Unión Europea; las monedas más utilizadas en el mundo son el dólar americano, el euro y el yen japonés. Igualmente, las empresas de logística son pieza clave del mercado mundial de productos; las economías autárquicas se han reducido al mínimo, a pesar del auge de movimientos que, en cierto modo, vayan de nuevo en esta línea como lo son el Brexit o parte del discurso del presidente electo norteamericano, Donald Trump.

España y sus empresas se encuentran en una posición geográfica e institucional privilegiada (Unión Europea). Sin embargo, a pesar de no destacar ni positiva ni negativamente en su dominio del inglés, no están posicionadas de la manera que necesitan —y van a necesitar inexorablemente— en un futuro en absoluto lejano. Si bien las nuevas generaciones de españoles ultimán sus estudios secundarios y superiores con un mejor conocimiento de este idioma, el manejo de la lengua sigue sin ser satisfactorio. Por ello, las empresas parecen haber optado por rebajar sus niveles de exigencia al respecto en sus procesos de contratación y las soluciones que aportan con sus cursos internos de formación se pueden considerar como una mera gota en el océano, en el mejor de los casos.

Afortunadamente, el entorno empresarial dispone de las herramientas y de la base para cambiar de rumbo la situación actual y ubicarse en una posición competitiva de ventaja respecto a sus correspondientes globales en un periodo relativamente corto de tiempo. Si las empresas logran algún día estar lo suficientemente concienciadas de la importancia vital de disponer de unas competencias en inglés altas y lo consideran una prioridad para sus negocios, un TFG como este resultará una obviedad. Es imperante, por ende, eliminar la mentalidad cortoplacista de muchos de los empresarios españoles —no sólo en este aspecto— y emplear una parte considerable de los recursos monetarios, temporales y estructurales de sus empresas a salir de la situación actual.

La solución a un mejor nivel de inglés de los españoles y, por consiguiente, de sus empresas, ejecutivos y empleados no reside únicamente en las firmas como tales. Pero son parte importante de un camino a un escenario futuro mejorado. Trabajando conjuntamente con las instituciones públicas, el sistema educativo y otros órganos importantes en el proceso, pueden convertirse en pieza clave de un cambio tan necesario como posible.

BIBLIOGRAFÍA

- 20minutos.es. *¿Quién da clases de inglés en tu empresa?*
<http://www.20minutos.es/noticia/454809/0/clases/ingles/empresas/>
Último acceso: 15/11/16
- Barómetro del clima de negocios en España, *Resultados 2015*
<http://www.investinspain.org/invest/wcm/idc/groups/public/documents/documento/mda0/mzg1/~edisp/4385303.pdf>
Último acceso: 10/12/16
- CIS. Barómetro 2014.
http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14043
Último acceso: 8/12/16
- Comunicae.es. *Los trabajadores de la mayoría de las empresas españolas carecen de un nivel de inglés competente.*
<http://www.comunicae.es/nota/los-trabajadores-de-la-mayoria-de-las-empresas-1156679/>
Último acceso: 21/11/16
- Crystal, D. (2003). *English as a Global Language* (Cambridge University Press).
(p. 72).
- Dexway. *¿Por qué cuesta aprender inglés a los empleados españoles?*
<http://www.dexway.com/wp-content/uploads/2016/05/informe-dexway-nivel-ingles-empresas-espaa%F1a.pdf>
Último acceso: 3/11/12
- Diccionario de la Lengua Española. Definición de lengua.
<http://dle.rae.es/?id=N77BOII>
Último acceso: 15/10/16
- El Huffington Post. *Aprendizaje de idiomas en España: ¿Por qué nos cuesta tanto dominar el inglés?*
http://www.huffingtonpost.es/2013/03/02/aprendizaje-de-idomas-en_n_2596657.html
Último acceso: 19/11/16
- El Mundo. *La ciencia sólo habla inglés.*
<http://www.elmundo.es/ciencia/2015/09/17/55f9b8ef22601d962a8b45b2.html>
Último acceso: 19/11/16
- El País. *La falta de inglés lastra la competitividad de las empresas españolas.*
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/01/16/actualidad/1389886281_303015.html
Último acceso: 28/10/16

EPI EF 2016

<http://mediakey1.ef.com/~/media/centralefcom/epi/downloads/full-reports/v6/ef-epi-2016-spanish-euro.pdf>

Última visita: 20/11/16

EPI EF 2016 Empresas.

<http://www.ef.com.es/epi/reports/epi-c/>

Último acceso: 21/11/16

EF. *The English Margin* (p.7).

EquiposyTalento.com. *En España, gran parte de las empresas carece de un nivel de inglés competente.*

<http://www.equiposytalento.com/noticias/2016/09/01/en-espana-gran-parte-de-las-empresas-carece-de-un-nivel-de-ingles-competente>

Último acceso: 21/11/16

European and their Languages. 2006

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_243_sum_en.pdf

Último acceso: 17/10/16

Europa.eu. Agreements.

http://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/agreements/#_other-countries

Último acceso: 17/10/16

Eurostat. *European Day of Languages*

<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/5177306/3-25092014-AP-EN.PDF/568bd6e0-0184-444e-b965-ffc801c7df99>

Último acceso: 16/10/16

Guadalupe Castro, María. *La Globalización y el impacto del idioma Inglés: el caso de México y España.*

http://www.mufm.fr/sites/mufm.univ-toulouse.fr/files/evenement/symposium/ponencias/maria_guadalupe_castro_oliva.pdf

Último acceso: 18/10/16

Medgyes, P. *El profesor no nativo.*

http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-10-26/por-que-un-espanol-puede-ser-mejor-profesor-de-ingles-que-un-nativo_407013/

Último acceso, 15/12/16.

Merriam-Webster Dictionary. Definición lingua franca.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/franca>

Último acceso: 15/10/16

Neeley, T. (2016). *Global Business Speaks English* (Harvard Business Review).

<https://hbr.org/2012/05/global-business-speaks-english>

Último acceso: 16/12/2016

BIBLIOGRAFÍA

Observatorio de Recursos Humanos. *El inglés, pieza fundamental en las empresas españolas.*

<http://www.observatoriorh.com/formacion/el-ingles-pieza-fundamental-en-las-empresas-espanolas.html>

Último acceso: 12/11/16

Organismo Autónomo Programas Educativos Europeos (OAPEE). *Datos y cifras del programa ERASMUS en España (p. 29).*

<http://www.oapee.es/doc/comunicacion/publicaciones/datos-y-cifras-2804-web-ok.pdf>

Último acceso: 12/11/16

Phillipson, R. (2002). *Lenguas internacionales y derechos humanos internacionales.* Revista Epserranto-Dokumentos, p. 37).

Público.es. *Nivel de inglés en España.*

<http://www.publico.es/actualidad/nivel-ingles-espana.html>

Último acceso: 28/10/16

The Business English Index 2012 Report. (p.7, 10).

http://www.globalenglish.com/business_english_index

Último acceso: 10/11/16

TT Madrid

<http://ttmadrid.com/>

Último acceso: 21/11/16

Sánchez Lissen, R. y Sanz Díaz, M.T. *El Plan de Estabilización español de 1959.* (Investigaciones de Historia Económica, p. 15).

Secretaría de Estado de Comercio. Comercio Exterior

<http://www.comercio.mineco.gob.es/es-ES/comercio-exterior/politica-comercial/relaciones-bilaterales-union-europea/america/Paginas/estados-unidos.aspx>

Último acceso: 23/10/16

Universia España. *El inglés en el mundo de los negocios.*

<http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/10/24/976749/ingles-mundo-negocios.html>

Último acceso: 16/10/16

Wikipedia. *Plan de Estabilización de 1959*

https://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_Estabilizaci%C3%B3n_de_1959

Último acceso 16/10/16

World Trade Organization. *Legal Texts*

https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/legal_e.htm

Último acceso: 17/10/16

ANEXOS

ANEXO I. CIS

CIS

Estudio nº3013. BARÓMETRO DE FEBRERO 2014

Febrero 2014

Pregunta 9

A continuación y, pensando en el sistema educativo, me gustaría que ordenara las siguientes materias según la importancia que tienen para Ud. en la formación de una persona.

	Matemáticas	Idioma extranjero	Lengua	Historia	Geografía	Educación física y deporte
Primera en importancia	31,2	25,9	18,7	5,9	2,1	7,1
Segunda en importancia	28,2	18,7	23,4	9,3	7,9	3,2
Tercera en importancia	12,8	19,1	25,3	19,7	9,6	4,0
Cuarta en importancia	8,0	11,0	12,3	27,2	24,6	7,0
Quinta en importancia	5,5	10,4	7,3	21,2	35,7	9,7
Sexta en importancia	5,3	5,7	3,4	6,7	9,9	59,1
N.S.	4,1	4,2	4,5	5,0	5,4	4,9
N.C.	5,0	5,0	5,0	5,0	4,9	5,0
(N)	(2.474)	(2.474)	(2.474)	(2.474)	(2.474)	(2.474)

Pregunta 10

Me gustaría saber si Ud. considera que, hoy en día, tiene mucha, bastante, poca o ninguna importancia conocer idiomas extranjeros.

Mucha importancia	64,8
Bastante importancia	28,7
Poca importancia	4,3
Ninguna importancia	1,0
N.S.	1,1
N.C.	0,1
(N)	(2.474)

Pregunta 11

Y, actualmente, en España, ¿qué grado de importancia cree Ud. que se le da al estudio de idiomas extranjeros en nuestro sistema educativo?

Mucha importancia	13,4
Bastante importancia	36,0
Poca importancia	40,5
Ninguna importancia	4,4
N.S.	5,2
N.C.	0,4
(N)	(2.474)

Pregunta 12

Cuando Ud. tenía diez o doce años, ¿qué grado de importancia se daba al estudio de idiomas extranjeros en su colegio o instituto: mucha importancia, bastante, poca o ninguna importancia?

Mucha importancia	4,0
Bastante importancia	12,7
Poca importancia	42,8
Ninguna importancia	38,9
N.S.	1,2
N.C.	0,4
(N)	(2.474)

Pregunta 13

A lo largo de su vida laboral o en sus estudios, ¿en algún momento se ha sentido perjudicado/a o en situación de desigualdad por no hablar un idioma extranjero?

Si	29,7
No	69,4
N.C.	0,9
(N)	(2.474)

Pregunta 14

Con respecto a los siguientes idiomas, ¿podría decirme si...?

	Lo habla y lo escribe	Sólo lo habla	Sólo lo lee	Ni lo habla ni lo escribe ni lo lee	N.C.	(N)
Inglés	25,2	5,9	7,1	61,4	0,4	(2.474)
Francés	9,6	4,8	4,6	79,0	1,9	(2.474)
Portugués	1,3	1,5	1,9	92,3	3,0	(2.474)
Alemán	1,1	1,1	1,1	93,6	3,1	(2.474)
Italiano	1,6	1,9	2,2	91,2	3,2	(2.474)
Otro idioma (1)	0,9	0,4	0,1	8,2	90,5	(2.474)
Otro idioma (2)	0,3	-	0,1	4,4	95,2	(2.474)

SÓLO A QUIENES HABLAN Y ESCRIBEN O SÓLO HABLAN ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1 ó 2 en P14)

Pregunta 14aa

Utilizando una escala de 0 a 10 en la que el 0 significa sin "ninguna dificultad" y el 10 con "muchísima dificultad", dígame qué grado de dificultad le supondría realizar las siguientes actividades en _____ (anotar idioma): **Realizar compras, preguntar una dirección, consumir algo en un bar o restaurante.**

	Inglés	Francés	Portugués	Alemán	Italiano	Otro idioma
0 Ninguna dificultad	26,7	30,3	42,3	33,3	36,8	31,8
1	7,2	5,1	19,2	-	15,8	9,1
2	11,4	10,7	7,7	14,3	-	9,1
3	8,6	10,7	3,8	4,8	-	4,5
4	8,0	7,9	3,8	9,5	10,5	4,5
5	16,9	16,9	11,5	14,3	21,1	9,1
6	7,4	5,6	-	-	-	-
7	3,5	4,5	3,8	4,8	-	9,1
8	4,5	3,9	-	9,5	10,5	-
9	1,7	1,7	-	4,8	5,3	-
10 Mucha dificultad	3,5	2,8	7,7	4,8	-	18,2
N.S.	-	-	-	-	-	-
N.C.	0,5	-	-	-	-	4,5
(N)	(649)	(178)	(26)	(21)	(19)	(22)
Media	3,30	3,14	2,23	3,52	2,95	3,67
Desviación típica	2,87	2,83	3,05	3,36	3,15	3,88
(N)	(646)	(178)	(26)	(21)	(19)	(21)

SÓLO A QUIENES HABLAN Y ESCRIBEN O SÓLO HABLAN ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1 ó 2 en P14)

Pregunta 14ab

Utilizando una escala de 0 a 10 en la que el 0 significa sin "ninguna dificultad" y el 10 con "muchísima dificultad", dígame qué grado de dificultad le supondría realizar las siguientes actividades en _____ (anotar idioma): **Mantener una conversación informal sobre temas cotidianos.**

	Inglés	Francés	Portugués	Alemán	Italiano	Otro idioma
0 Ninguna dificultad	18,8	18,5	42,3	28,6	36,8	31,8
1	4,6	5,1	11,5	4,8	10,5	4,5
2	10,5	9,0	7,7	9,5	-	-
3	9,4	9,0	3,8	-	10,5	-
4	7,6	11,8	3,8	4,8	-	9,1
5	15,9	18,5	19,2	28,6	21,1	13,6
6	10,6	7,9	3,8	-	5,3	9,1
7	8,3	9,0	-	14,3	10,5	4,5
8	6,6	7,9	-	-	-	9,1
9	3,1	1,1	-	4,8	5,3	-
10 Mucha dificultad	4,2	2,2	7,7	4,8	-	9,1
N.S.	-	-	-	-	-	-
N.C.	0,5	-	-	-	-	9,1
(N)	(649)	(178)	(26)	(21)	(19)	(22)
Media	4,10	3,96	2,50	3,76	3,00	3,95
Desviación típica	2,94	2,75	3,06	3,21	3,02	3,59
(N)	(646)	(178)	(26)	(21)	(19)	(20)

SÓLO A QUIENES HABLAN Y ESCRIBEN O SÓLO HABLAN ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1 ó 2 en P14)

Pregunta 14ac

Utilizando una escala de 0 a 10 en la que el 0 significa sin "ninguna dificultad" y el 10 con "muchísima dificultad", dígame qué grado de dificultad le supondría realizar las siguientes actividades en _____ (anotar idioma): **Participar en una conversación en la que Ud. tenga que exponer su opinión de forma matizada, argumentando y rebatiendo opiniones.**

	Inglés	Francés	Portugués	Alemán	Italiano	Otro idioma
0 Ninguna dificultad	12,0	12,9	34,6	23,8	21,1	27,3
1	3,5	3,4	7,7	4,8	15,8	4,5
2	7,4	6,7	15,4	4,8	5,3	4,5
3	7,1	7,3	11,5	9,5	15,8	4,5
4	7,1	10,7	-	-	-	-
5	12,8	5,1	7,7	4,8	10,5	9,1
6	9,7	12,4	7,7	14,3	5,3	4,5
7	9,6	10,1	-	4,8	21,1	4,5
8	11,9	15,2	3,8	4,8	5,3	9,1
9	6,3	7,9	3,8	4,8	-	-
10 Mucha dificultad	11,9	8,4	7,7	14,3	-	13,6
N.S.	-	-	-	-	-	-
N.C.	0,8	-	-	9,5	-	18,2
(N)	(649)	(178)	(26)	(21)	(19)	(22)
Media	5,32	5,28	3,00	4,53	3,47	4,17
Desviación típica	3,18	3,16	3,33	3,81	2,89	3,94
(N)	(644)	(178)	(26)	(19)	(19)	(18)

SÓLO A QUIENES HABLAN Y ESCRIBEN, SÓLO HABLAN O SÓLO LEEN ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1, 2 ó 3 en P14)

Pregunta 14b

Aunque un idioma se puede aprender a través de distintos medios quisiera que me dijera dónde aprendió Ud. fundamentalmente el... (mencionar idioma).

	Inglés	Francés	Portugués	Alemán	Italiano	Otro idioma (1)	Otro idioma (2)
En el colegio o instituto	59,4	60,7	0,9	19,5	5,7	5,9	-
Con profesor/a particular o en una academia especializada	17,5	7,2	2,6	23,2	10,0	14,7	11,1
Estancia en el extranjero	10,7	14,2	31,9	25,6	27,9	26,5	11,1
En su casa, con programas de aprendizaje de idiomas a distancia	3,4	1,5	12,9	1,2	12,1	2,9	-
En su casa, era su lengua materna o la lengua de sus padres	1,2	1,7	11,2	-	5,0	17,6	-
Otros	3,7	6,2	29,3	19,5	26,4	26,5	11,1
N.C.	4,2	8,5	11,2	11,0	12,9	5,9	66,7
(N)	(945)	(471)	(116)	(82)	(140)	(34)	(9)

SÓLO A QUIENES HABLAN Y ESCRIBEN, SÓLO HABLAN O SÓLO LEEN ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1, 2 ó 3 en P14)

Pregunta 14c

¿Y cómo calificaría Ud. el aprendizaje de este/os idioma/s: muy difícil, bastante, poco o nada difícil?

	Muy	Bastante	Poco	Nada	N.C.	(N)
Inglés	7,1	38,1	45,8	6,7	2,3	(945)
Francés	4,2	30,8	50,7	9,6	4,7	(471)
Portugués	0,9	7,8	59,5	19,0	12,9	(116)
Alemán	24,4	45,1	19,5	2,4	8,5	(82)
Italiano	0,7	10,7	55,7	20,0	12,9	(140)
Otro idioma (1)	20,6	35,3	26,5	11,8	5,9	(34)
Otro idioma (2)	22,2	11,1	-	-	66,7	(9)

Pregunta 15

Su padre ¿habla o hablaba algún idioma extranjero? ¿Y su madre?

	Si	No	N.S.	N.C.	(N)
Padre	11,1	88,3	0,4	0,2	(2.474)
Madre	8,6	90,9	0,1	0,4	(2.474)

SÓLO A QUIENES SU PADRE HABLA/HABLABA ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1 en P15)
(N=275)

Pregunta 15a

¿Cuál o cuáles? (MULTIRRESPUESTA).

Inglés	41,1
Francés	46,5
Portugués	6,9
Alemán	11,6
Italiano	4,7
Otros	0,4
Árabe	2,5
Rumano	0,4
Holandés	1,1
Sueco	0,4
Checo	0,4
Griego moderno	0,4
Español	0,4
N.C.	0,7
(N)	(275)

SÓLO A QUIENES SU MADRE HABLA/HABLABA DE ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1 en P15)
(N=213)

Pregunta 15b

¿Cuál o cuáles? (MULTIRRESPUESTA).

Inglés	34,3
Francés	54,0
Portugués	8,5
Alemán	5,6
Italiano	5,6
Otros	0,5
Ruso	0,5
Árabe	2,3
Rumano	0,5
Español	0,9
N.C.	1,9
(N)	(213)

Pregunta 16

En la actualidad, ¿está aprendiendo Ud. algún idioma extranjero?

Si	11,8
No	86,8
N.C.	1,4
(N)	(2.474)

SÓLO A QUIENES, EN LA ACTUALIDAD, ESTÁN APRENDIENDO ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1 en P16)
(N=293)

Pregunta 16a

¿Me podría decir cuál? (MÁXIMO DOS RESPUESTAS).

Inglés	79,2
Francoés	9,2
Portugués	1,0
Alemán	10,2
Italiano	2,7
Chino	0,3
Ruso	0,7
Árabe	1,0
Japonés	1,4
Rumano	0,7
Polaco	0,3
N.C.	1,0
(N)	(293)

SÓLO A QUIENES, EN LA ACTUALIDAD, ESTÁN APRENDIENDO ALGÚN IDIOMA EXTRANJERO
(1 en P16)
(N=293)

Pregunta 16bb

Y, ¿podría decirme cuál es el motivo principal por el que está aprendiendo _____ (anotar idioma)?

Porque lo necesita para su trabajo y/o estudio	65,5
Porque le gusta aprender idiomas	25,9
Otro	1,4
Por motivos familiares o afines (pareja,...)	2,7
Por si se tiene que ir a trabajar fuera	1,4
Por mantener la mente en forma	0,3
N.C.	2,7
(N)	(293)

Pregunta 17

Independientemente de que sepa o no algún idioma extranjero, si tuviera oportunidad, ¿cuál le gustaría aprender?

Inglés	46,6
Francés	7,0
Portugués	0,8
Alemán	12,0
Italiano	3,0
Otros	-
Chino	2,7
Ruso	1,1
Árabe	0,6
Japonés	0,3
Rumano	-
Holandés	0,0
Sueco	0,0
Checo	-
Griego moderno	-
Español	-
Coreano	0,0
Latín	0,1
Polaco	-
Esperanto	0,0
Danés	0,0
Escocés gaélico	0,0
Noruego	-
Tailandés	0,0
Ninguno	23,0
N.S.	2,3
N.C.	0,2
(N)	(2.474)

SÓLO A QUIENES LES GUSTARÍA APRENDER UN IDIOMA EXTRANJERO
(Todos excepto 'Ninguno', 'N.S.' o 'N.C.' en P17)
(N=1.843)

Pregunta 17a

Y, ¿cuál es el motivo principal por el que le gustaría aprender este idioma?

Para promocionarse en su trabajo	31,9
Por sus estudios	2,0
Porque le gusta saber idiomas	30,9
Para poder viajar a otros países	22,2
Otro	11,2
N.S.	1,4
N.C.	0,5
(N)	(1.843)

Pregunta 18

Ahora me gustaría que me dijera si está más bien de acuerdo o más bien en desacuerdo con cada una de las frases que le voy a leer.

	Más bien de acuerdo	Más bien en desacuerdo	N.S.	N.C.	(N)
Para aprender bien un idioma extranjero hay que empezar desde muy joven	82,7	14,3	2,4	0,6	(2.474)
Hoy en día con los nuevos métodos de aprendizaje, cualquiera puede aprender bien un idioma extranjero	57,3	27,5	14,5	0,7	(2.474)
Para aprender bien un idioma extranjero, es necesario un periodo de estancia en el país en que se habla ese idioma	75,0	19,0	5,5	0,5	(2.474)

Pregunta 19

¿Ha viajado Ud. alguna vez a un país extranjero?

Sí	65,6
No	34,3
N.C.	0,1
(N)	(2.474)

SÓLO A QUIENES HAN VIAJADO ALGUNA VEZ AL EXTRANJERO
(1 en P19)
(N=1.622)

Pregunta 19a

¿Me podría decir con qué frecuencia suele viajar al extranjero?

Más de una vez al año	12,1
Una vez al año	16,5
Una vez cada dos años	12,5
Con menos frecuencia	58,1
N.C.	0,7
(N)	(1.622)

ANEXO II. ACUERDOS COMERCIALES UNIÓN EUROPEA

AMÉRICA

- CANADÁ
- ESTADOS UNIDOS
- CENTROAMÉRICA (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras Nicaragua, y Panamá)
- COMUNIDAD ANDINA (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú)
- CHILE
- MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay)
- MÉXICO

EUROPA

- ANDORRA
- EL VATICANO
- MÓNACO
- SAN MARINO
- PAÍSES CANDIDATOS
 - TURQUÍA
- EFTA
 - SUIZA
 - ISLANDIA
 - NORUEGA
 - LIECHTENSTEIN
- BALCANES
 - ALBANIA
 - ARYM
 - BOSNIA HERZEGOVINA
 - CROACIA
 - MONTENEGRO
 - SERBIA

- COMUNIDAD DE ESTADOS INDEPENDIENTES
 - RUSIA
 - UCRANIA
 - BIELORRUSIA
 - MOLDAVIA
 - GEORGIA
 - ARMENIA
 - AZERBAIJÁN
 - KAZAJSTÁN
 - TURKMENISTÁN
 - UZBEKISTÁN
 - TAYIKISTÁN
 - KYRGUIZISTÁN

ÁFRICA, CARIBE Y PACÍFICO

- SUDÁFRICA

PAÍSES MEDITERRÁNEOS

- ARGELIA
- EGIPTO
- ISRAEL
- JORDANIA
- LÍBANO
- MARRUECOS
- AUTORIDAD PALESTINA
- TÚNEZ

ASIA

- CONSEJO DE COOPERACIÓN DEL GOLFO(Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Bahrein, Kwait, Omán y Qatar)
- AFGANISTÁN
- BANGLADESH
- BRUNEI
- CAMBOYA
- CHINA
- COREA DEL SUR
- FILIPINAS
- INDIA
- INDONESIA
- IRÁN
- IRAQ
- JAPÓN
- LAOS
- MALASIA
- MONGOLIA
- MYANMAR(BIRMANIA)
- NEPAL
- PAKISTÁN
- SINGAPUR
- SRI LANKA
- TAILANDIA
- VIETNAM

OCEANÍA

- AUSTRALIA
- FIDJI
- NUEVA ZELANDA
- PAPÚA NUEVA GUINEA

ANEXO III. ENTREVISTA CON GRAHAM STANDING

Para complementar la información obtenida de las diversas fuentes empleadas para éste trabajo, consideré una buena idea complementar y completar dicha información, con alguna nueva obtenida de primera mano. Graham Standing, es un londinense afincado en Galicia, que entre otras actividades que ha desarrollado de manera profesional, la formación de inglés en empresas, ha sido una de las más importantes. A la pregunta de cuantos años dedicó a la misma en la papelera ENCE, nos comenta que allí contaron con sus servicios por catorce años, el periodo más largo que ha permanecido en una misma empresa, impartiendo dichos cursos. Seguidamente nos dice en un tono ciertamente jocosos que los empleados no aprendían apenas inglés. Matizando la afirmación, toca ponerse serios. Los factores, que van a condicionar a las personas que reciban la formación, y la calidad y tipología de la formación propiamente dicha, son los que siguen. En principio ocupaba una hora o dos de la semana, en su vida, en un entorno, que además, no es en principio el adecuado. Es cómodo para todos ellos, y para la propia empresa que estos cursos se vayan a impartir dentro de sus propias instalaciones. Es un entorno donde es muy complicado abstraerse de las complicaciones y tareas propias de su trabajo. Una vez consigues tener a los alumnos dispuestos, prosigue Standing, los que se muestran más receptivos, son normalmente aquellos recién llegados, en el rango de edad de los treinta años. Tienen un futuro que desarrollar, que ascender, y son los que tiran del carro. En contraste con ellos, el resto de alumnos, de una edad más avanzada, se contentan en su mayoría con aprender lo necesario para mantener una comunicación simple, y poder leer, por ejemplo, algún artículo o correo electrónico de su interés. Volviendo al grupo que presenta más interés, tienen en opinión de Standing, un factor o serie de factores condicionantes muy importantes. Se encuentran en un momento de su vida laboral donde están aprendiendo mucho y de todo. Suelen encajar además, en el perfil de recién casados y recién padres, lo que les implica una carga de trabajo, no sólo laboral, muy importante, tanto a nivel físico, como mental. Se mueven mucho internamente en la empresa, ascendiendo y cambiando de departamento con mucha rapidez y frecuencia. En ese momento incluimos el inglés. Por ello se considera en el mejor de los casos, un inglés de mantenimiento. Le preguntamos a Standing, por el nivel de inglés previo que traían los alumnos, y responde que tenía de todo. Incluso los años primeros, mucha gente de la época del francés, cuando en España era la primera lengua a estudiar en colegios. Su nivel era nulo. Había empleados que procedían de los últimos planes de estudios, y si tenían un mínimo de conocimiento sobre el que trabajar. La cuestión es, para Standing, el momento en que te encuentres en tu vida, y el tiempo que se le pueda dedicar, no sólo en el aula, si no por supuesto fuera de ella. Lo cual era tarea imposible, y por lo tanto lo que conseguían era mantener un cierto nivel de inglés para desenvolverse con un mínimo de seguridad. Hay un problema también con la percepción de lo que la empresa y los empleados considera un nivel de inglés deseable. Es el famoso B2, con la nomenclatura del CEFR. Es ese nivel formalizado que deberían alcanzar para la empresa, pero ni lo hacen, ni sería el nivel adecuado para los objetivos que se ha marcado la empresa a nivel comunicativo. Sí que es cierto, en opinión de Standing, que el haber podido disponer de más tiempo, hubiera arrojado unos resultados diferentes. El alumno además, es muy diferente entre sí. Algunos, o la mayoría, están en esos cursos porque tienes que estar. Los cursos cuentan con un alumnado muy heterogéneo, en gran parte por razones presupuestarias. Son alumnos con distintos niveles y necesidades juntos entre sí. Es un asunto *third class* para las empresas, nada prioritario. La empresa debería dotar de más tiempo dinero, para poder trabajar con mejores grupos, más pequeños y con más recursos. Poder disponer del empleado y de su tiempo para participar en actividades o tareas de inmersión lingüística,

funcionó muy bien en los momentos y empresas en los que Standing, pudo llevarlo a cabo. En su empresa actual, la naviera, ya se están realizando este tipo de actividades con mucho éxito. Es la parte sociológica, en la que insiste Standing. El cómo encaja el inglés empresarial en la vida del alumno, comparado con un alumno que si elija el inglés, con esa motivación de partida. Si se enseña inglés general a alumnos que no tienen nada, poco se puede hacer. Por otro lado, intentar con esa escasa base, enseñar un inglés muy específico que se ajuste a su campo de trabajo, es incluso peor, empezar la casa por el tejado. Es un proceso de años. Y una mentalidad a largo plazo que la mayoría de las empresas y empleados no quieren entender o no están dispuestas a asumir. Las empresas no son claras en la definición de los objetivos que quieren alcanzar con los cursos y los empleados. En ENCE la gente salía muy contenta con lo que disponían, pero no se rompieron barreras en opinión de Standing. Los obtenidos no eran muy ambiciosos y eran relativamente fácilmente alcanzables en un periodo de tiempo moderado. Adecuar los objetivos a la realidad de la empresa, y dotar de los recursos tanto económicos como de tiempo necesarios, van a marcar la diferencia en que el programa tenga una efectividad palpable y sea rentable.