

L'estudi / El estudio / Study

ELAN.cat

Són prou multilingües les empreses catalanes?

¿Son lo bastante multilingües las empresas catalanas?

Are Catalan businesses multilingual enough?

“Cada any, milers d'empreses europees desaprofiten negocis i perden contractes per manca de competències lingüístiques i capacitats interculturals”.

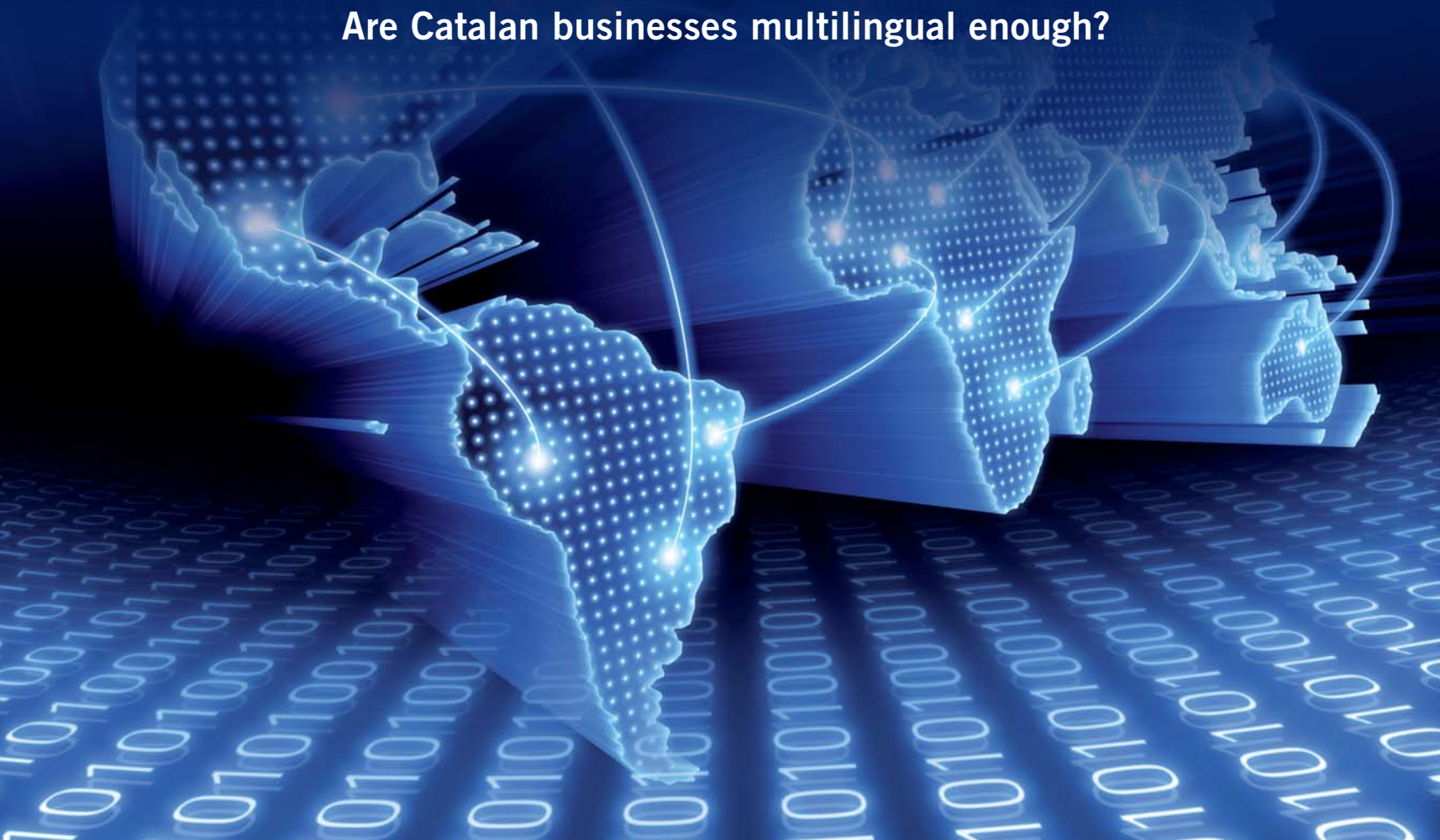
Web de la Comissió Europea sobre les llengües en el món econòmic:
http://ec.europa.eu/education/languages/languages-mean-business/doc1460_en.htm

“Cada año, miles de empresas europeas desaprovechan oportunidades comerciales y pierden contratos por carecer de competencias interculturales y conocimientos de idiomas.”

Web de la Comisión Europea sobre las lenguas en el mundo económico:
http://ec.europa.eu/education/languages/languages-mean-business/doc1460_es.htm

“Each year, thousands of European companies lose business and miss out on contracts as a result of their lack of language skills and intercultural competence.”

European Commission web site on languages and business:
http://ec.europa.eu/education/languages/languages-mean-business/doc1460_en.htm



Hi ha quatre elements de la gestió lingüística relacionats amb uns resultats d'exportació satisfactoris:

1. Tenir **una estratègia lingüística**
2. Comptar amb **parlants nadius**
3. Contractar **personal lingüísticament competent**
4. Utilitzar **traductors i intèrprets**

Informe ELAN (Efectes en l'economia europea de la manca de coneixements de llengües estrangeres a l'empresa). Comissió Europea, 2006.

Característiques de l'estudi ELAN.cat

- Dissenyat i coordinat per un equip de treball en què intervenen
 - La Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC
 - Linguamón-Casa de les Llengües
 - La Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya
 - El Departament d'Innovació, Universitat i Empresa de la Generalitat de Catalunya
 - El professor Stephen Hagen (University of Wales Newport) i el seu equip
- L'estudi, realitzat per l'Institut DYM, consta de dues parts complementàries:
 - Quantitativa: enquesta a un miler d'empreses d'entre 10 i 249 treballadors.
 - Qualitativa: estudi aprofundit de 18 casos i entrevistes amb 5 grans empreses i 10 experts del món econòmic.

Existen cuatro elementos de la gestión lingüística relacionados con unos resultados de exportación satisfactorios:

1. Tener **una estrategia lingüística**.
2. Contar **con hablantes nativos**.
3. Contratar **personal lingüísticamente competente**.
4. Utilizar **traductores e intérpretes**.

Informe ELAN (Efectos en la economía europea de la falta de conocimientos de lenguas extranjeras en la empresa). Comisión Europea, 2006.

Características del estudio ELAN.cat

- Diseñado y coordinado por un equipo de trabajo en el que intervienen:
 - Cátedra de Multilingüismo Linguamón-UOC
 - Linguamón - Casa de las Lenguas
 - Secretaría de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya
 - Departamento de Innovación, Universidad y Empresa de la Generalitat de Catalunya
 - Profesor Stephen Hagen (University of Wales Newport) y su equipo
- El estudio, realizado por el Instituto DYM, consta de dos partes complementarias:
 - Cuantitativa: encuesta a un millar de empresas de entre 10 y 249 trabajadores.
 - Cualitativa: estudio en profundidad de 18 casos y entrevistas con 5 grandes empresas y 10 expertos del mundo económico

Four elements of language management were found to be associated with successful export performance:

1. having **a language strategy**,
2. appointing **native speakers**,
3. recruiting **staff with language skills and**
4. using **translators/interpreters**.

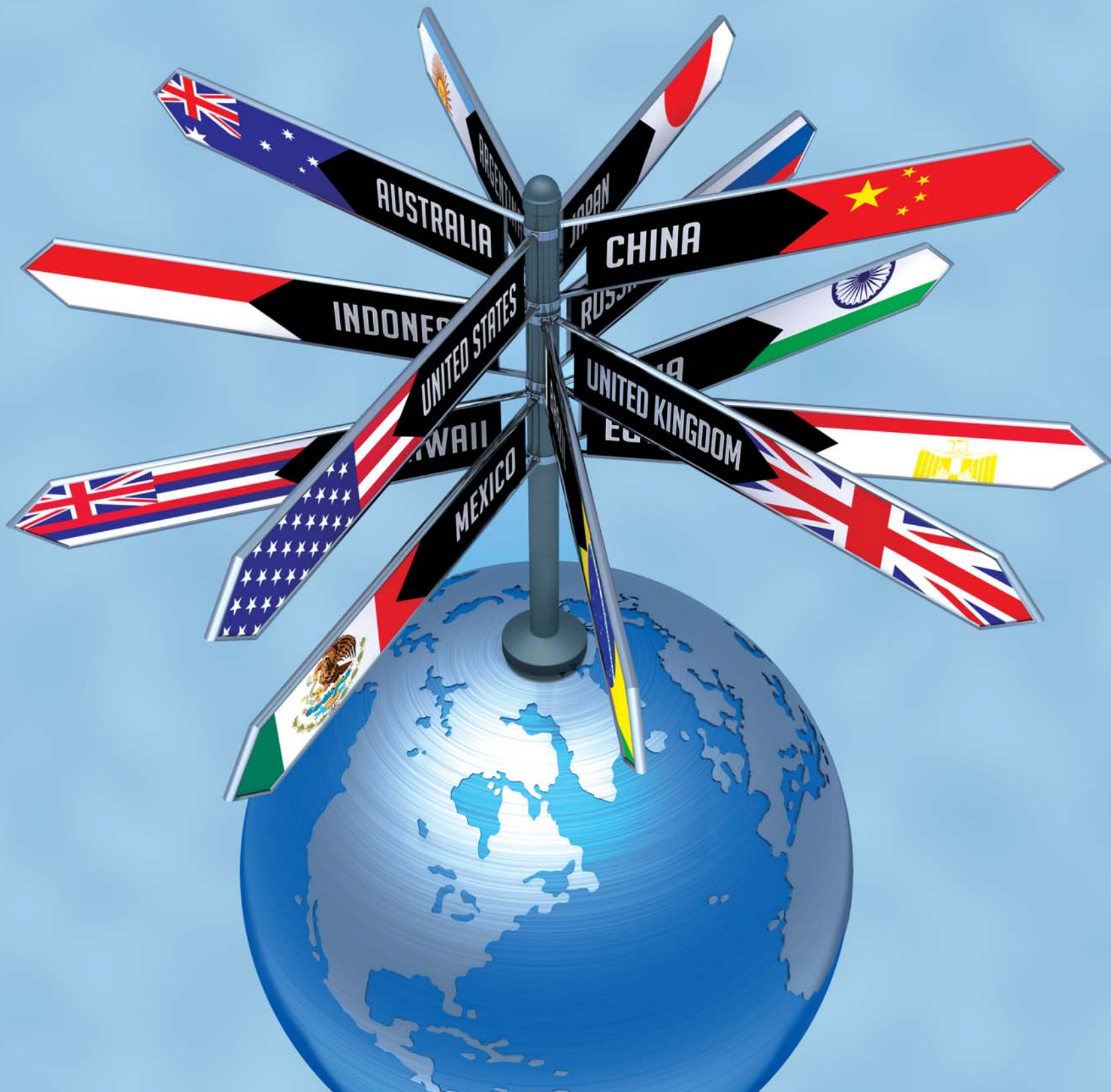
The ELAN Report (Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise). European Commission, 2006.

Features of the ELAN.cat study

- Designed and coordinated by a team involving
 - The Linguamón-UOC Chair of Multilingualism
 - Linguamón - Casa de les Llengües
 - The Language Policy Secretariat of the Generalitat de Catalunya
 - The Ministry of Innovation, Universities and Enterprise of the Generalitat de Catalunya
 - Professor Stephen Hagen (University of Wales Newport) and his team
- The study, performed by the Institut DYM, consists of two complementary parts:
 - Quantitative: a survey of 1,000 companies with between 10 and 249 employees.
 - Qualitative: an in-depth study of 18 cases and interviews with five large companies and 10 experts in economics.



	FITXA TÈCNICA	FICHA TÉCNICA	TECHNICAL DETAILS
Recollida de la informació Recopilación de la información Information gathering	Enquesta telefònica assistida per ordinador.	Encuesta telefónica asistida por ordenador	Computer-assisted telephone interview.
Dates treball de camp Fechas del trabajo de campo Fieldwork dates	Del 2 de febrer al 4 de maig de 2009	Del 2 de febrero al 4 de mayo de 2009	From 2 February to 4 May 2009
Univers Universo Universe	Empreses de 10 a 249 treballadors	Empresas de 10 a 249 trabajadores	Businesses with between 10 to 249 employees
Àmbit Ámbito Scope	Catalunya	Cataluña	Catalonia
Mostra Muestra Sample	1.071 entrevistes finals, distribuïdes proporcionalment a l'univers d'empreses amb seu a Catalunya	1.071 entrevistas finales, distribuidas proporcionalmente al universo de empresas con sede en Cataluña	1,071 final interviewees, distributed proportionately throughout the universe of businesses with their headquarters in Catalonia.
Quotes Cuotas Quotas	Per agrupacions de sector d'activitat i trams per nombre d'empleats	Por agrupaciones de sector de actividad y tramos por número de empleados	By activity sector groupings and in tranches by number of employees.
Error mostral Error muestral Sampling error	±3,0%	±3,0%	±3,0%
Qüestionari Cuestionario Questionnaire	Adaptat per l'equip investigador a l'àmbit català a partir del qüestionari de l'estudi ELAN europeu, i adaptat per part de l'equip d' Institut DYM a les necessitats de la metodologia CATI	Adaptado por el equipo investigador al ámbito catalán a partir del cuestionario del estudio ELAN europeo, y adaptado por el equipo del Instituto DYM a las necesidades de la metodología CATI.	Adapted by the research team to Catalan requirements from the European ELAN study and to the CATI methodology by the Institut DYM team.



El multilingüisme i l'ús del català: dues oportunitats, dos objectius complementaris a l'abast de la nostra societat.

■ UNA ECONOMIA MÉS INTERNACIONALITZADA.

Entre el 1988 i el 2005, el grau d'obertura de l'economia catalana va créixer 25 punts i les exportacions van créixer un 12,2% anual.

■ UNA SOCIETAT MÉS MULTILINGÜE.

Els coneixements de català s'han generalitzat i s'han incorporat a la societat catalana professionals de molt diversa procedència, amb un ventall amplíssim de competències lingüístiques i culturals.

■ UN NOU MARC JURÍDIC.

L'Estatut d'Autonomia de Catalunya (art. 34) preveu que el català sigui una llengua normal de treball i de comunicació entre les empreses i els ciutadans (plena disponibilitat lingüística en les dues llengües oficials).

■ UNS OBJECTIUS COINCIDENTS.

La visita a Barcelona el 2007 del comissari europeu de Multilingüisme, Leonard Orban, propicia l'acord d'emprendre l'estudi ELAN.cat, per tal de conèixer la situació del multilingüisme a les empreses catalanes.

■ UNA INICIATIVA CONJUNTA.

La Generalitat de Catalunya, la Casa de les Llengües i la Càtedra Linguamón-UOC col·laboren en l'estudi ELAN.cat, que segueix els mateixos esquemes de l'estudi europeu ELAN i compta amb l'assessorament del seu investigador principal, el prof. Stephen Hagen.

El multilingüismo y el uso del catalán: dos oportunidades, dos objetivos complementarios al alcance de nuestra sociedad.

■ UNA ECONOMÍA MÁS INTERNACIONALIZADA.

Entre 1988 y 2005, el grado de apertura de la economía catalana creció 25 puntos y las exportaciones se incrementaron un 12,2 % anual.

■ **UNA SOCIEDAD MÁS MULTILINGÜE.** Los conocimientos de catalán se han generalizado y se han incorporado a la sociedad catalana profesionales de procedencia muy diversa, con un amplísimo abanico de competencias lingüísticas y culturales.

■ **UN NUEVO MARCO JURÍDICO.** El Estatuto de Autonomía de Cataluña (artículo 34) establece que el catalán debe ser una lengua normal de trabajo y de comunicación entre las empresas y los ciudadanos (plena disponibilidad lingüística en las dos lenguas oficiales).

■ **UNOS OBJETIVOS COINCIDENTES.** La visita a Barcelona del comisario europeo de Multilingüismo, Leonard Orban, en 2007 propicia el acuerdo de llevar a cabo el estudio ELAN.cat, con el fin de conocer la situación del multilingüismo en las empresas catalanas.

■ **UNA INICIATIVA CONJUNTA.** La Generalitat de Catalunya, Linguamón - Casa de las Lenguas y la Cátedra Linguamón-UOC colaboran en el estudio ELAN.cat, que sigue los mismos esquemas del estudio europeo ELAN y cuenta con el asesoramiento de su investigador principal, el profesor Stephen Hagen.

Multilingualism and the use of Catalan: two opportunities, two complementary goals within our society's reach.

■ A MORE GLOBALISED ECONOMY.

Between 1988 and 2005, the degree of openness of the Catalan economy grew by 25 points and exports rose by 12,2% per annum.

■ A MORE MULTILINGUAL SOCIETY.

Understanding of Catalan has become generalised and professionals from a wide diversity of backgrounds have joined Catalan society, with a broad range of language and cultural skills.

■ A NEW LEGAL FRAMEWORK.

Article 34 of Catalonia's Statute of Autonomy states that Catalan is a normal language of work and communication between businesses and the public (with full availability of the two official languages, Catalan and Spanish).

■ COINCIDING GOALS.

The 2007 visit to Barcelona by European Multilingualism Commissioner, Leonard Orban, led to the agreement to perform the ELAN.cat study to learn more about the state of multilingualism in Catalan businesses.

■ A JOINT INITIATIVE.

The Generalitat de Catalunya, Linguamón - Casa de les Llengües and the Linguamón-UOC Chair are working together on the ELAN.cat study, which follows the same format as Europe's ELAN study and benefits from the advice of its lead researcher, Professor Stephen Hagen.

“Hem incorporat el català a les comunicacions, als missatges de sortida i arribada en els avions, a les newsletters, a la web... Som una empresa catalana i és un dels nostres signes d'identitat.”

Javier Ortega Figueiral
Sotsdirector de Relacions
Institucionals de Spanair

“Hemos incorporado el catalán a las comunicaciones, a los mensajes de salida y llegada en los aviones, a las newsletters, al sitio web... Somos una empresa catalana y es una de nuestras señas de identidad.”

Javier Ortega Figueiral
Subdirector de Relaciones
Institucionales de Spanair

“We have incorporated Catalan in our communications, in airplane departure and arrival messages, in newsletters, on the web site, etc. We are a Catalan company and it is one of the marks of our identity.”

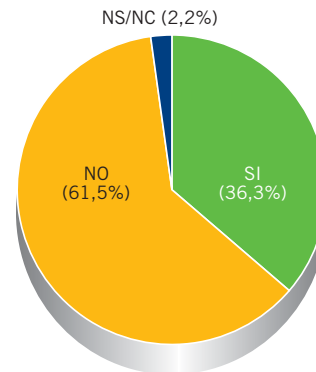
Javier Ortega Figueiral
Deputy Director of Institutional
Relations, Spanair

Els mercats de les empreses catalanes i les llengües que hi usen. Los mercados de las empresas catalanas y las lenguas que usan en ellos. The markets of Catalan businesses and the languages used there.

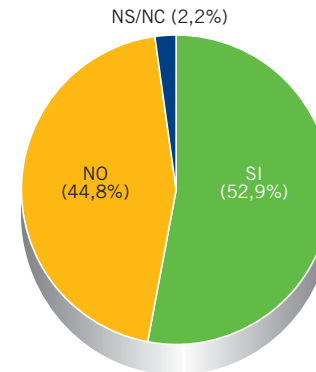
A més de Catalunya (96,5%), una part important de les empreses catalanes actuen a la resta del territori lingüístic català, a la resta d'Espanya i a l'estranger. Àmbits d'actuació (base: total entrevistes, 1.071 empreses).

Además de Cataluña (96,5%), una parte importante de las empresas catalanas actúan en el resto del territorio lingüístico catalán, en el resto de España y en el extranjero. Ámbitos de actuación (base: total entrevistas, 1.071 empresas)

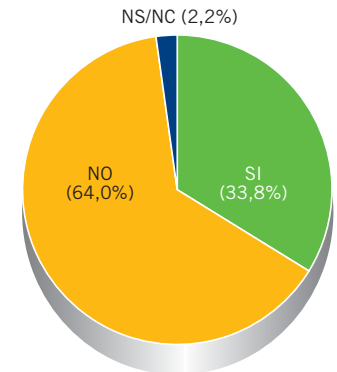
In addition to Catalonia (96,5%), significant proportions of Catalan businesses are active in the rest of Catalan-speaking territory, the rest of Spain and abroad. Areas of action (sample: all businesses, 1,071)



Venen a les Balears i la Comunitat Valenciana
Venden en Baleares y Comunidad Valenciana
Selling in the Balearic Islands and Valencia



Venen a la resta d'Espanya
Venden en el resto de España
Selling in the rest of Spain

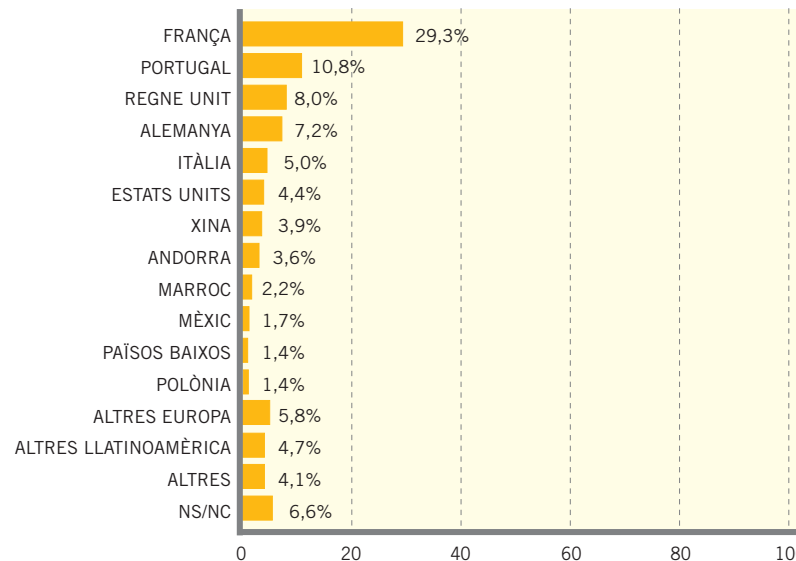


Venen a l'estranger
Venden en el extranjero
Selling abroad

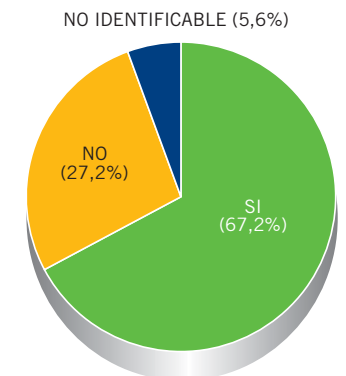
Al costat dels mercats estrangers tradicionals, apareixen nous mercats emergents.

Junto a los mercados extranjeros tradicionales, aparecen nuevos mercados emergentes.

Alongside traditional foreign markets, new emerging markets are appearing



Primer mercat estranger (base: actuen a l'estranger, 362 empreses)
Primer mercado extranjero (base: actúan en el extranjero, 362 empresas)
Top foreign market (subsample: businesses active abroad, 362)



Usen la llengua pròpia del primer mercat?
(base: actuen a l'estranger i responen mercats, 338 empreses)

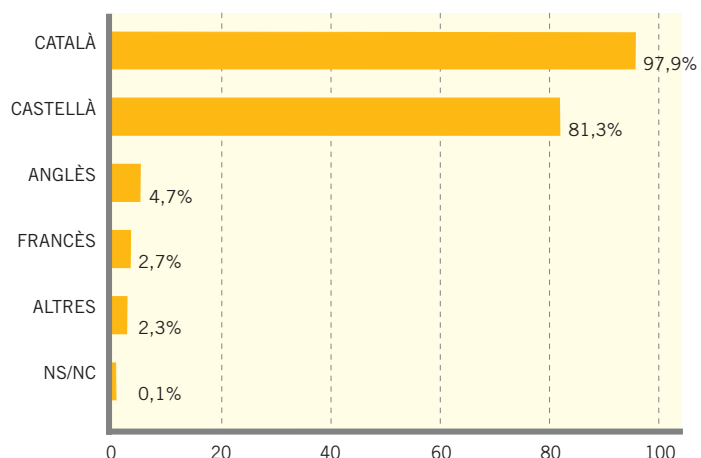
¿Usan la lengua propia del primer mercado?
(base: actúan en el extranjero y responden mercados, 338 empresas)

Do you use your top market's own language?
(subsample: active abroad in identified markets, 338 businesses)

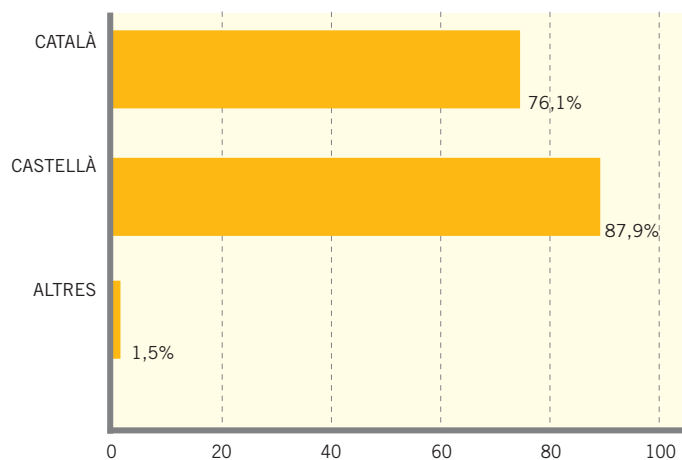
El català i el castellà són les llengües més usades en les relacions comercials a Catalunya i a la resta del territori de llengua catalana.

El catalán y el castellano son las lenguas más usadas en las relaciones comerciales en Cataluña y en el resto del territorio de lengua catalana.

Catalan and Spanish are the languages most used in commercial relations in Catalonia and the rest of Catalan-speaking territory.



Llengües usades a Catalunya (base: actuen a Catalunya, 1034 empreses)
 Lenguas usadas en Cataluña (base: actúan en Cataluña, 1.034 empresas)
 Languages used in Catalonia (subsample: businesses active in Catalonia, 1,034)

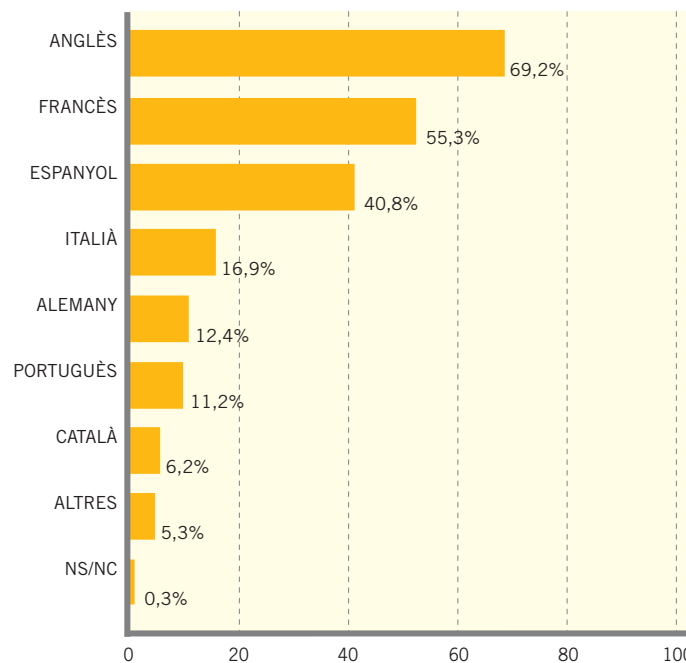


Llengües usades a Balears - Com. Valenciana
 (base: actuen a Balears - Com. Valenciana, 389 empreses)
 Lenguas usadas en Baleares y Comunidad Valenciana
 (base: actúan en Baleares y Comunidad Valenciana, 389 empresas)
 Languages used in the Balearic Islands/Valencia
 (subsample: businesses active in the Balearic Islands/Valencia, 389)

L'anglès i el francès són les llengües més parlades als mercats estrangers, per les empreses que hi actuen, seguides de l'espanyol. Amb percentatges inferiors es fan servir l'italià, l'alemany i el portuguès.

El inglés y el francés son las lenguas más habladas en los mercados extranjeros por las empresas que actúan en ellos, seguidas del español. En menor porcentaje se utiliza el italiano, el alemán y el portugués.

English and French are the languages most used in foreign markets by exporting companies, followed by Spanish. Lower percentages are recorded by Italian, German and Portuguese.



Llengües més usades en el total de mercats estrangers
 (base: actuen a l'estranger i responen mercats, 338 empreses)
 Lenguas más usadas en el total de mercados extranjeros
 (base: actúan en el extranjero y responden mercados, 338 empresas)
 Most used languages in total foreign markets
 (subsample: businesses active abroad in identified markets, 338)

“Amb l'anglès ens podríem comunicar amb molts mercats, però el francès per a nosaltres és imprescindible: és el nostre principal mercat i és molt important que el client se senti còmode.”

Responsable d'assegurament de la qualitat
 Empresa de fabricació de packaging

“Con el inglés podríamos comunicarnos con numerosos mercados, pero el francés es para nosotros imprescindible: supone nuestro principal mercado y es muy importante que el cliente se sienta cómodo.”

Responsable de Aseguramiento de la Calidad
 Empresa de fabricación de packaging

“We could communicate in English with many markets, but for us French is crucial: it is our main market and it is very important to make the customer feel comfortable.”

Quality Assurance Manager
 Packaging manufacturing company

“És molt important tenir la documentació en la llengua del client. Et proporciona un contacte més proper i una bona comunicació.”

Responsable d'assegurament de la qualitat
Empresa de fabricació de packaging

Estratègies de comunicació

(Una planificació prèvia o unes normes que indiquen com actuar enfront de les diferències de llengua)

Estrategias de comunicación

(Una planificación previa o unas normas que indican cómo actuar frente a las diferencias de lengua)

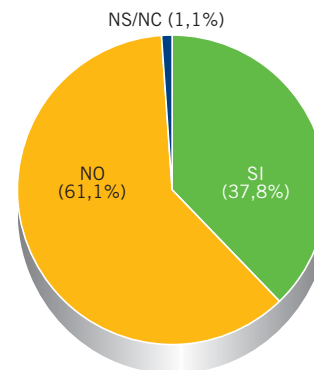
Communication strategies

(Advance planning or regulations indicating how to act in the face of language differences).

Només el 37,8% de les empreses disposa d'estratègia formal de comunicació, però el percentatge és més alt en les empreses més grans (60%) i les que actuen a l'estranger (53,3%). Mitjana europea ELAN: 48%.

Solamente el 37,8% de las empresas dispone de estrategia formal de comunicación, pero el porcentaje es mayor en las empresas de mayor tamaño (60 %) y en las que actúan en el extranjero (53,3%). Media europea ELAN: 48%.

Only 37,8% of business have a formal communication strategy, but the percentage is higher in the largest businesses (60%) and those active abroad (53,3%). ELAN European average: 48%.



Té la vostra empresa una estratègia formal de comunicació?
(base: total entrevistes, 1.071 empreses)
¿Tiene su empresa una estrategia formal de comunicación? (base: total entrevistas, 1.071 empresas)
Does your business have a formal communication strategy?
(sample: all businesses, 1,071)

Comunicacions externes:

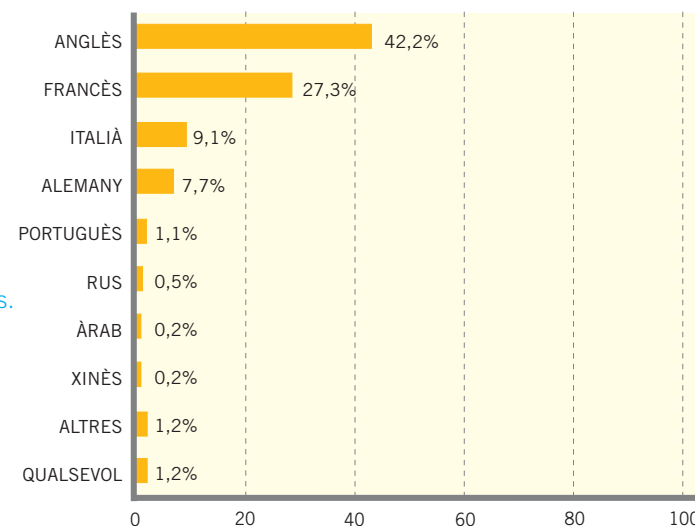
- Respondre en la llengua del client és el criteri compartit pel 97,2% de les empreses.
- Català i castellà són les llengües més usades en la relació amb els clients (entorn del 95%).
- El 69,5% disposen de documentació en la llengua del client.
- A part del castellà (93,6%) i del català (84,7%), tenen documentació en anglès (76,7%) i francès (45,3%) les empreses que actuen a l'estranger.

Comunicaciones externas:

- Responder en la lengua del cliente es el criterio compartido por el 97,2 % de las empresas.
- Catalán y castellano son las lenguas más usadas en la relación con los clientes (en torno al 95 %).
- El 69,5 % cuenta con documentación en la lengua del cliente.
- Aparte del castellano (93,6 %) y el catalán (84,7 %), tienen documentación en inglés (76,7 %) y francés (45,3 %) las empresas que actúan en el extranjero.

External communications:

- Answering in the customer's language is a criterion shared by 97,2% of businesses.
- Catalan and Spanish are the languages most used with customers (around 95%).
- 69,5% have documentation in the customer's own language.
- Apart from Spanish (93,6%) and Catalan (84,7%), businesses active abroad have documentation in English (76,7%) and French (45,3%).



En quins idiomes responen als clients?
(base: responen en la llengua del client, 1.041 empreses)
¿En qué idiomas responden a los clientes?
(base: responden en la lengua del cliente, 1.041 empresas)
In which languages do you reply to customers?
(subsampling: business replying in customer's language, 1,041)

“Es muy importante tener la documentación en la lengua del cliente. Te proporciona un contacto más cercano y una buena comunicación.”

Responsable de Aseguramiento de la Calidad
Empresa de fabricación de packaging

“It is very important to have documentation in the customer's own language. This provides a closer contact and smooth communications.”

Quality Assurance Manager
Packaging manufacturing company

Llengües usades en el web:

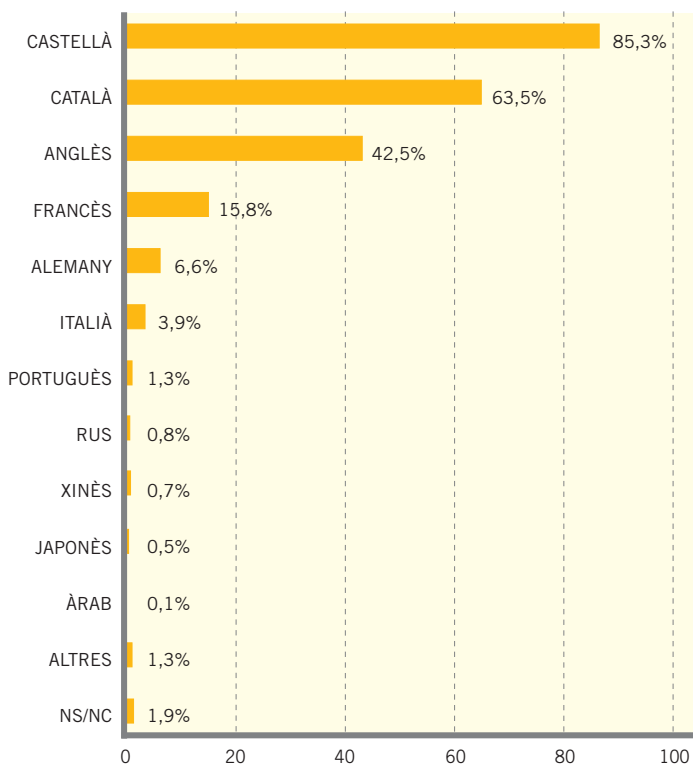
Les empreses que tenen web (78,7% del total) la tenen en versió castellana (85,3%), catalana (63,5%) i anglesa (42,5%).

Lenguas usadas en la página web:

Las empresas que cuentan con página web (78,7 % del total) la tienen en versión castellana (85,3 %), catalana (63,5%) e inglesa (42,5 %).

Languages used on the web:

Businesses with a website (78,7% of the total) have it in Spanish (85,3%), Catalan (63,5%) and English (42,5%) versions.



En quina llengua tenen la pàgina web?
(base: tenen pàgina web, 843 empreses)
¿En qué lengua tienen su página web?
(base: cuentan con página web, 843 empresas)
In what languages is your website?
(subsamle: businesses that have website, 843)

Ús de traductors:

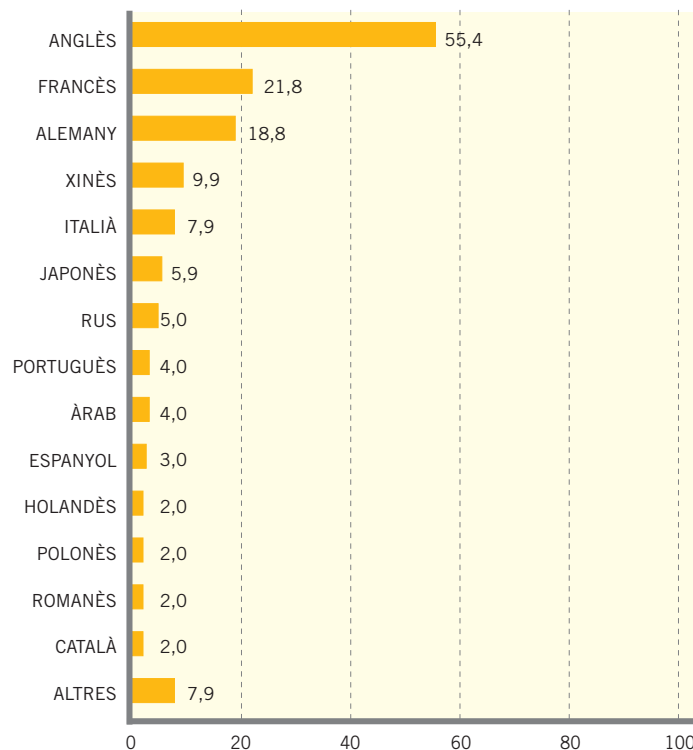
- Només un 10,6% de les empreses han contractat traductors o intèrprets en els darrers 5 anys.
- Al costat de l'anglès, el francès i l'alemany, creix la demanda de traducció en les llengües dels mercats emergents.

Uso de traductores:

- Solamente un 10,6 % de las empresas ha contratado traductores o intérpretes en los últimos 5 años.
- Junto al inglés, francés y alemán, crece la demanda de traducción en las lenguas de los mercados emergentes.

Use of translators:

- Only 10,6% of businesses have hired translators or interpreters in the last five years.
- Alongside English, French and German, there is a growing demand for translation into emerging market languages



Llengües més traduïdes (base: han contractat traductors o intèrprets en els darrers 5 anys, 114 empreses)
Lenguas más traducidas (base: han contratado traductores o intérpretes en los últimos 5 años, 114 empresas)
Most translated languages (subsamle: businesses that have hired translators or interpreters in the last 5 years, 114).

“Una tercera part del creixement dels últims 4 anys s’ha degut a la incorporació del català. Si el producte no té altres avantatges molt clars, l’adaptació a la llengua de l’usuari és un factor diferencial decisiu.”

Carles Grau Lara
Director general per a Catalunya, Illes Balears, Com. Valenciana i Andorra
Microsoft Ibèrica, SRL.

“Un tercio del crecimiento de los últimos cuatro años se ha debido a la incorporación del catalán. Si el producto no cuenta con otras ventajas muy claras, la adaptación a la lengua del usuario es un factor diferencial decisivo.”

Carles Grau Lara
Director general para Cataluña, Islas Baleares, Com. Valenciana y Andorra
Microsoft Ibèrica, SRL.

“A third of our growth over the past four years has been due to our incorporation of Catalan. If the product has no other really clear advantages, adopting the user’s language is a decisive differentiating feature.”

Carles Grau Lara
General Manager for Catalonia, the Balearic Islands, Valencia and Andorra
Microsoft Ibèrica, SRL.

“Internament usem un mínim de llengües, però de cara al client final ens adaptem lingüísticament a cada lloc: el català, el flamenc, l'hongarès...”

Director Catalunya
Empresa Multinacional
d'articles esportius

“Internamente usamos un mínimo de lenguas, pero de cara al cliente final nos adaptamos lingüísticamente a cada lugar: el catalán, el flamenco, el húngaro...”

Director Cataluña
Empresa Multinacional de
artículos deportivos

“Internally, we use a minimum of languages but, when dealing with customers, we adapt linguistically in each place, and use Catalan, Flemish, Hungarian, etc.”

Manager for Catalonia
Multinacional sporting goods
company

Comunicacions internes:

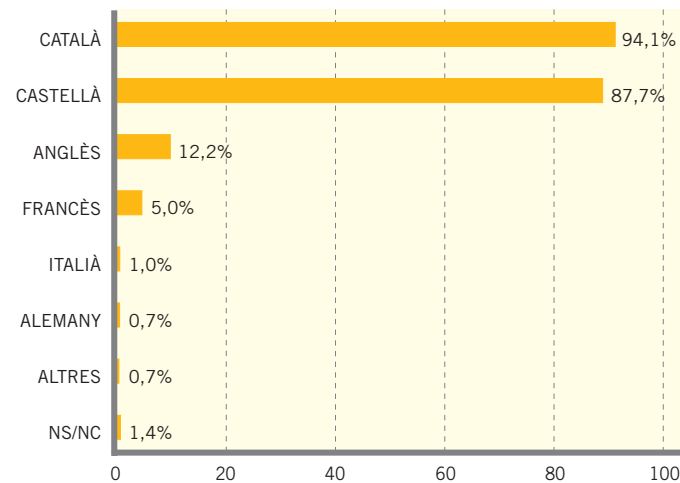
- Com a llengua interna de treball (reunions, documents...), l'anglès i el francès ocupen un lloc significatiu al costat del català i el castellà.
- Un 25% de les empreses més grans (entre 100 i 249 treballadors) usen l'anglès com a llengua interna de treball.
- Les empreses que actuen a l'estranger usen més l'anglès (20,7%) i el francès (9,7%) en les comunicacions internes.

Comunicaciones internas:

- Como lengua interna de trabajo (reuniones, documentos...), el inglés y el francés ocupan un lugar destacado junto al catalán y el castellano.
- Un 25 % de las empresas de mayor tamaño (entre 100 y 249 trabajadores) usa el inglés como lengua interna de trabajo.
- Las empresas que actúan en el extranjero usan más el inglés (20,7 %) y el francés (9,7 %) en las comunicaciones internas.

Internal communications:

- English and French occupy a significant place alongside Catalan and Spanish as an internal working language (meetings, documents, etc.).
- 25% of larger businesses (between 100 and 249 employees) use English as an internal working language.
- English (20,7%) and French (9,7%) are more used in internal communications by business that are active abroad.



Llengües que l'empresa usa habitualment com a llengua interna de treball (base: total entrevistes, 1.071 empreses)
Lenguas que la empresa usa habitualmente como lengua interna de trabajo (base: total entrevistas, 1.071 empresas)
Languages normally used by the business as internal working languages (sample: all 1071 businesses)



“Tenir un registre de les competències lingüístiques del personal o una política de formació interna en llengües són aspectes a tenir en compte, sobretot si vols internacionalitzar-te.”

Moisès Bonal i Ferrer
Responsable d'estudis de PIMEC.

“Tener un registro de las competencias lingüísticas del personal o una política de formación interna en lenguas son aspectos a tener en cuenta, sobre todo si quieres internacionalizarte.”

Moisès Bonal i Ferrer
Responsable de estudios de PIMEC

“Having records of staff language skills or a policy on internal language training are issues to be borne in mind, especially if you want to become more international.”

Moisès Bonal i Ferrer
PIMEC Studies Manager

El multilingüisme del personal

El multilingüismo del personal

Staff multilingualism

La capacitat lingüística:

- Pràcticament totes les empreses afirmen que tenen personal capacitats per usar amb desimboltura el català i el castellà (percentatges superiors al 97%): la disponibilitat lingüística no comportaria dificultats especials.
- Tanmateix, només la meitat de les empreses que actuen a Catalunya (i un terç de les que actuen a les Balears i la Com. Valenciana) tenen en compte els coneixements de català del personal.
- Només el 31,2% de les empreses porta un registre dels coneixements lingüístics del seu personal. Mitjana ELAN: 57%.
- Tot i això, el 74,1% de les empreses disposen de personal capacitats en idiomes, i aquest percentatge encara és més alt entre les empreses de 100 a 249 treballadors (89,1%) i les que actuen a l'estranger (92,5%).

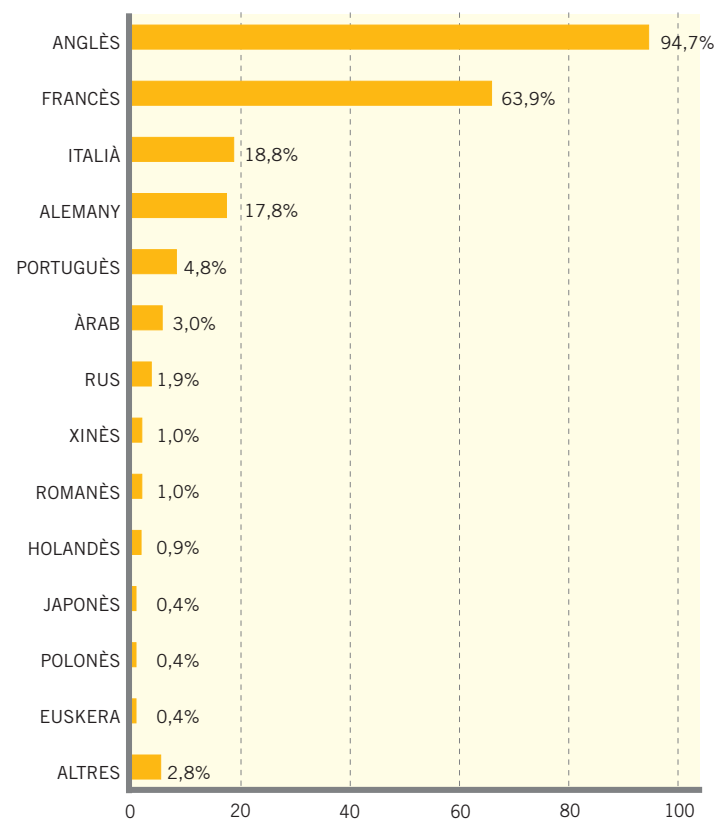
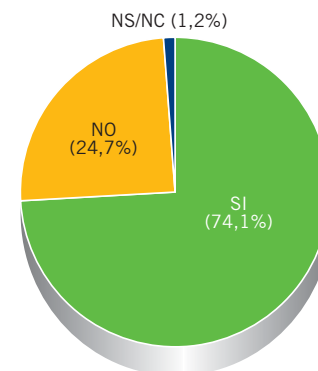
La capacitación lingüística:

- La práctica totalidad de las empresas afirman que cuentan con personal capacitado para usar con desenvoltura el catalán y el castellano (porcentajes superiores al 97 %): la disponibilidad lingüística no supondría especiales dificultades.
- Sin embargo, solo la mitad de las empresas que actúan en Cataluña (y un tercio de las que actúan en Baleares y Comunidad Valenciana) tiene en cuenta los conocimientos de catalán del personal.
- Solo el 31,2 % de las empresas lleva un registro de los conocimientos lingüísticos de su personal. Media ELAN: 57 %.
- Pese a ello, el 74,1 % de las empresas cuenta con personal capacitado en idiomas, y ese porcentaje es aún mayor entre las empresas de 100 a 249 trabajadores (89,1 %) y entre las que actúan en el extranjero (92,5 %).

Language skills:

- Almost all businesses state that they have staff with the ability to use Catalan and Spanish fluently (percentages above 97%): language availability would not cause special problems.
- Nevertheless, only half of businesses active in Catalonia (and a third of those acting in the Balearic Islands and Valencia) take their staff's Catalan skills into account.
- Only 31,2% of businesses keep records of their staff's language skills. ELAN average: 57%.
- Despite this, 74,1% of businesses have staff with foreign language skills, a percentage which is even higher among those with between 100 and 249 employees (89,1%) and those active abroad (92,5%).

Disposen de personal capacitats en idiomes (base: total entrevistes, 1071 empreses)
Cuentan con personal capacitado en idiomas (base: total entrevistas, 1.071 empresas)
Businesses that have staff with foreign language skills (sample: all 1,071)



Idiomes més parlats pel personal de les empreses (base: disposen de personal capacitats en idiomes, 794 empreses)
Idiomas más hablados por el personal de las empresas (base: cuentan con personal capacitado en idiomas, 794 empresas)
Languages most spoken by businesses' staff (subsample: businesses that have staff with foreign language skills, 794)

Les llengües en la selecció del personal:

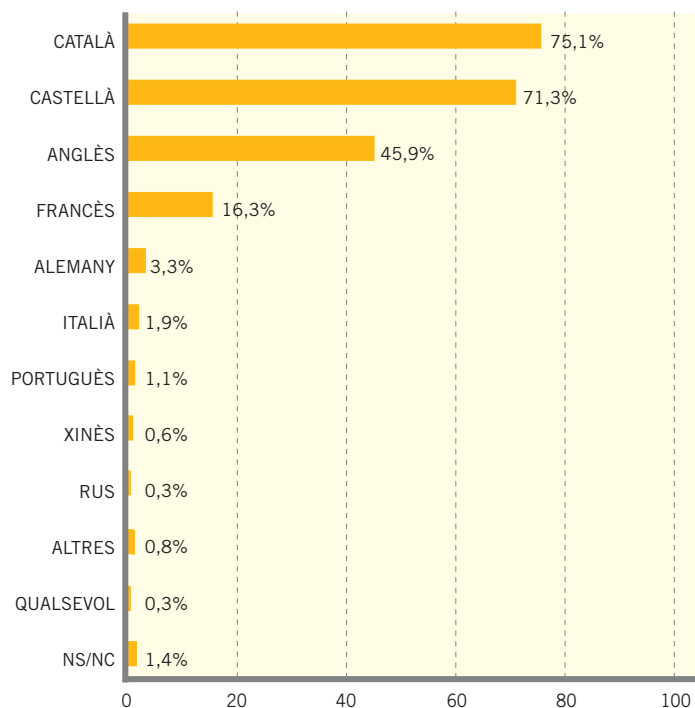
Només el 43% de les empreses tenen en compte la competència lingüística en la llengua del client, a l'hora de seleccionar personal. Aquest percentatge és més alt en les empreses que actuen a l'estranger (50,8%) o entre 100 i 249 treballadors (67,3%).

Las lenguas en la selección del personal:

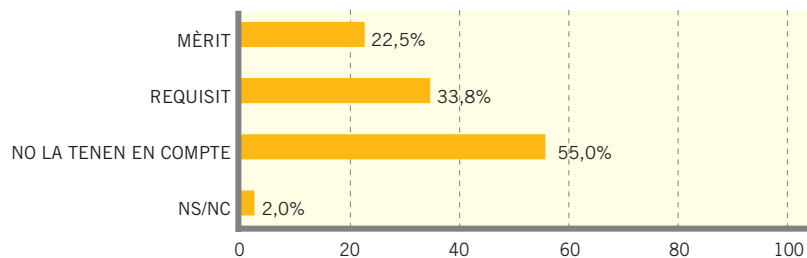
Solamente el 43 % de las empresas tiene en cuenta la competencia lingüística en la lengua del cliente al seleccionar personal. Ese porcentaje es mayor en las empresas que actúan en el extranjero (50,8 %) o en las empresas entre 100 y 249 trabajadores (67,3 %).

Languages and staff recruitment :

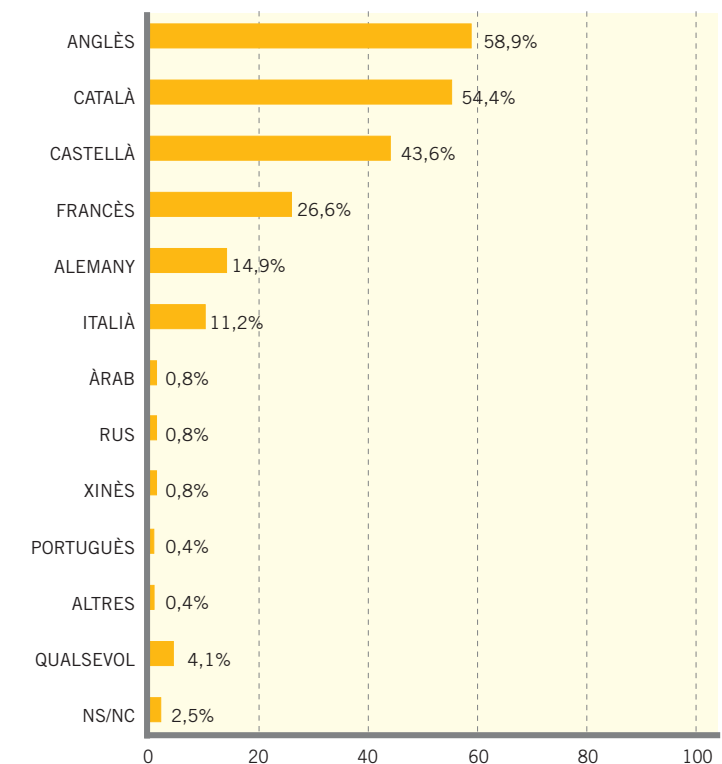
Only 43% of businesses take into account skills in customer languages when recruiting staff. This percentage is higher in businesses dealing abroad (50,8%) or with 100 to 249 employees (67,3%).



Llengües que tenen en compte com a requisit
(base: tenen en compte la competència lingüística com a requisit, 362 empreses)
Lenguas que se tienen en cuenta como requisito (base: tienen en cuenta la competencia lingüística como requisito, 362 empresas)
Languages considered a requirement (subsample: business that consider language skills as a requirement, 362)



Tenen en compte la competència lingüística? com a mèrit o com a requisit?
(base: total entrevistes, 1071 empreses)
¿Tienen en cuenta la competencia lingüística? ¿Como mérito o como requisito?
(base: total entrevistas, 1.071 empresas)
Do you consider language skills as either an advantage or a requirement?
(sample: all businesses, 1,071)



Llengües que tenen en compte com a mèrit
(base: tenen en compte la competència lingüística com a mèrit, 241 empreses)
Lenguas que se tienen en cuenta como mérito (base: tienen en cuenta la competencia lingüística como mérito, 241 empresas)
Languages considered an advantage (subsample: businesses that consider language skills as an advantage, 241)

“Si un empleat ha de tenir tractes amb clients, el català parlat és un requisit, perquè un client pot demanar parlar en català.”

Cap del Departament Comercial Portugal,
Empresa de fabricació de cartró, seu catalana de multinacional holandesa.

“Si un empleado debe tratar con clientes, el catalán hablado es un requisito, porque un cliente puede solicitar hablar en catalán.”

Jefa del Departamento Comercial Portugal,
Empresa de fabricación de cartón, sede catalana de multinacional holandesa.

“If an employee has to deal with customers, he or she must be able to speak Catalan, because a customer may ask to speak in this language.”

Head of the Sales Department for Portugal,
Catalan offices of a Dutch multinational cardboard manufacturing company.

“Les empreses haurien de plantejar-se fer formació en idiomes. Sense formació continuada, l'empresa pot no tenir futur.”

Moisés Bonal i Ferrer
Responsable d'estudis de PIMEC.

La formació lingüística del personal:

- El 46,6% de les empreses ha facilitat alguna vegada l'ensenyament d'idiomes al personal, i al 31,1% de les empreses el personal ha fet cursos en els darrers 3 anys, dins de l'horari o amb subvenció.
- Un terç de les empreses diu que necessitarà aprendre llengües els propers 3 anys. El percentatge és del 41,7% entre les que actuen a l'estranger.
- Cal observar que les llengües dels mercats principals actuals i futurs no sempre ocupen un lloc prou rellevant en les previsions.

La formación lingüística del personal:

- El 46,6 % de las empresas ha facilitado alguna vez enseñanza de idiomas al personal, y en el 31,1 % de las empresas el personal ha realizado cursos en los últimos 3 años, en horario laboral o con subvención.
- Un tercio de las empresas dice que necesitará aprender lenguas en los próximos 3 años. El porcentaje alcanza el 41,7 % entre las que actúan en el extranjero.
- Conviene destacar que las lenguas de los mercados principales actuales y futuros no siempre ocupan un lugar lo bastante relevante en las previsiones.

Staff language training:

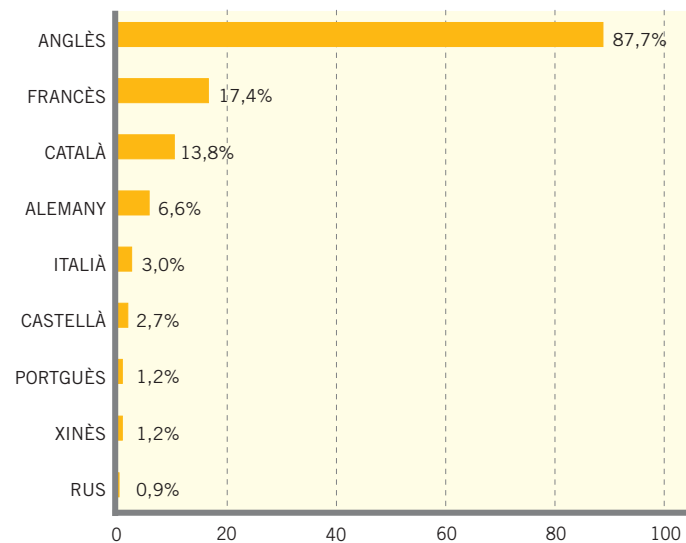
- 46,6% of businesses have undertaken staff foreign language training, and 31,1% have provided it in the last 3 years, either within working hours or with support.
- A third of businesses say that they will need to learn more languages in the next 3 years. This percentage rises to 41,7% amongst those active abroad.
- It is worth noting that not all languages of the main current and future markets are well placed in forecasts.

“Las empresas deberían plantearse realizar formación en idiomas. Sin formación continua, la empresa puede no tener futuro.”

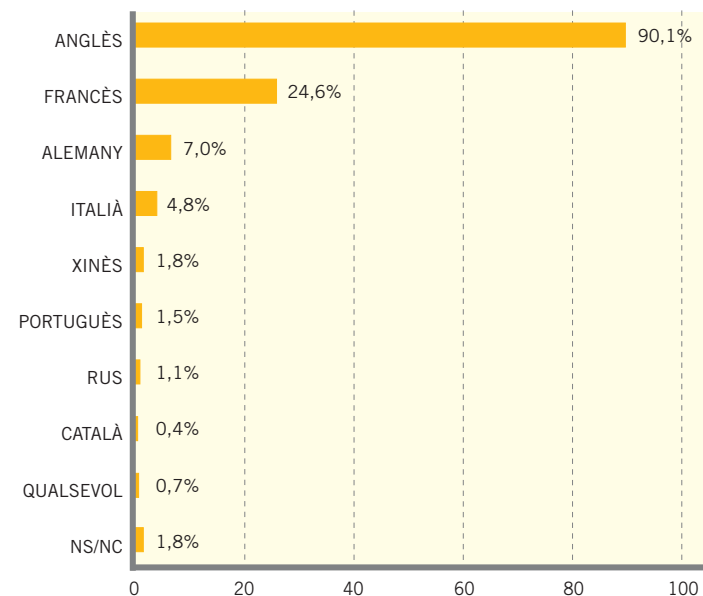
Moisés Bonal i Ferrer
Responsable de estudios de PIMEC

“Companies need to consider language training. Without continuing training, the company may not have a future.”

Moisés Bonal i Ferrer
PIMEC Studies Manager



Idiomes de què s'han fet cursos els darrers 3 anys (base: han fet cursos, 333 empreses)
Idiomas de los cuales se han realizado cursos en los últimos 3 años (base: han realizado cursos, 333 empresas)
Languages in which courses have been undertaken in the last 3 years (subsample: businesses that have undertaken courses, 333)



Idiomes que necessitaran els propers 3 anys (base: necessitaran formació en idiomes, 272 empreses)
Idiomas que precisarán en los próximos 3 años (base: precisarán formación en idiomas, 272 empresas)
Languages needed in the next 3 years (subsample: businesses that will need language training, 272).

Nous mercats, noves competències lingüístiques i culturals

Nuevos mercados, nuevas competencias lingüísticas y culturales

New markets, new language and cultural skills

- El 15,5% de les empreses té intenció de comerciar en nous mercats.
- Molts d'aquests mercats reclamen noves competències lingüístiques (xinès, rus, japonès, àrab...) i aprofundir en algunes avui secundàries (portuguès, italià...)

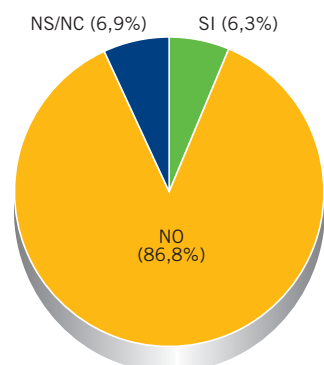
- El 15,5 % de las empresas tiene intención de comerciar en nuevos mercados.
- Gran parte de esos mercados exigen nuevas competencias lingüísticas (chino, ruso, japonés, árabe...) y profundizar en algunas lenguas hoy en día secundarias (portugués, italiano...).

- 15,5% of businesses intend to expand into new markets.
- Many of these markets call for new language skills (Chinese, Russian, Japanese, Arabic, etc.) or more in-depth knowledge of some currently secondary ones (Portuguese, Italian, etc.).

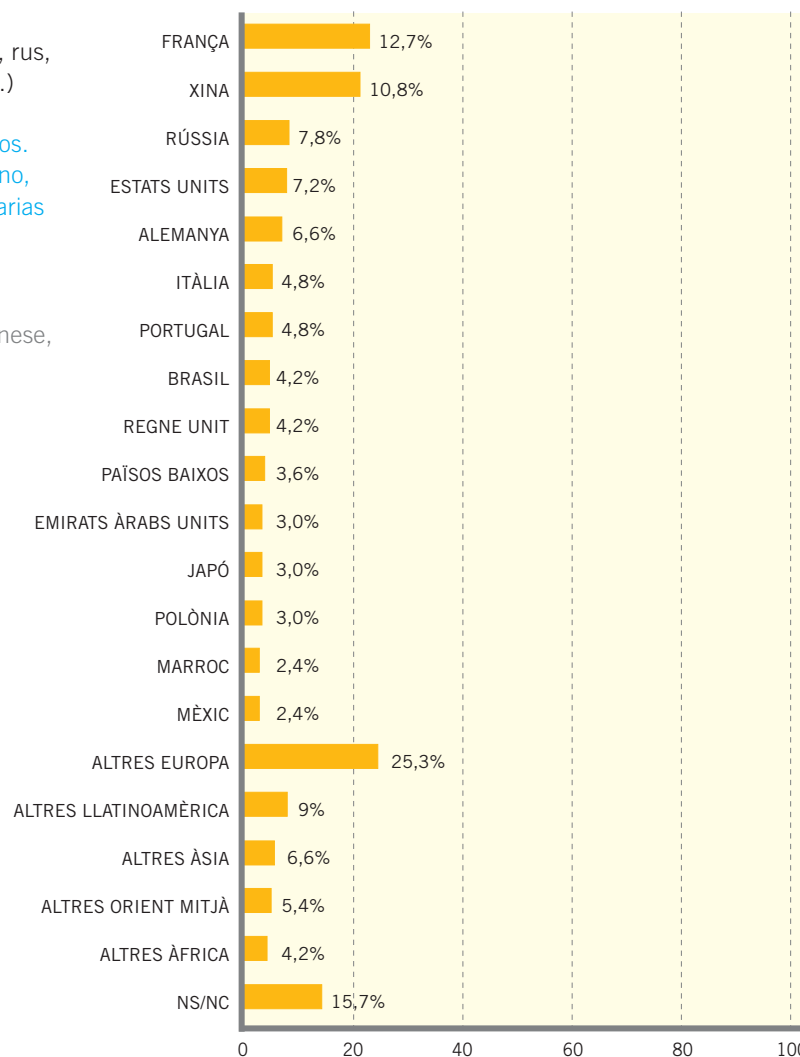
- Només el 6,3% de les empreses és conscient que necessitarà formació en qüestions culturals internacionals.

- Solamente el 6,3 % de las empresas es consciente de que va a necesitar formación en cuestiones culturales internacionales.

- Only 6,3% of businesses say that they will need training in international cultural issues.



Creu que la seva empresa necessitarà formació addicional en qüestions culturals internacionals els propers 3 anys? (base: total entrevistes, 1.071 empreses)
 ¿Cree que su empresa necesitará formación adicional en cuestiones culturales internacionales en los próximos 3 años? (base: total entrevistas, 1.071 empresas)
 Do you think that your business will need additional training in international cultural issues in the next 3 years? (sample: all businesses, 1,071)



En quins nous països tenen intenció de comerciar?
 (base: tenen intenció de comercial en nous mercats, 166 empreses)
 ¿En qué nuevos países tienen intención de comerciar?
 (base: tienen intención de comerciar en nuevos mercados, 166 empresas)
 In what new foreign countries do you plan to trade?
 (subsampling: businesses planning to trade in new markets, 166)

“*Elts treballadors de diverses nacionalitats aporten coneixements diferents i maneres de fer que poden enriquir l'empresa i obrir noves oportunitats.*”

Lorena Aguilera
 Departament de Personal de l'Hotel Barcelona Princess.

“*Los trabajadores de distintas nacionalidades aportan conocimientos diferentes y formas de hacer que pueden enriquecer a la empresa y abrir nuevas oportunidades.*”

Lorena Aguilera
 Departamento de Personal del Hotel Barcelona Princess.

“*Employees of different nationalities contribute different knowhow and ways of doing things that can enrich the company and open up new opportunities.*”

Lorena Aguilera
 Personnel Department, Hotel Barcelona Princess

Resum de conclusions

- Moltes empreses petites i mitjanes necessiten suport per a dissenyar i aplicar una estratègia multilingüe.

■ COMUNICACIONS EXTERNES

- Totes les empreses assumeixen el principi d'atendre els clients en la seva llengua i estan en condicions de fer-ho en català o castellà.
- El 33% de les empreses que actuen a l'estranger encara no tenen el web en anglès. El 36,6% de les que actuen a Catalunya i el 49,6% de les que actuen a les Balears i la Com. Valenciana encara no tenen el web en català. Les que no tenen el web en castellà estan per sota del 15% en els dos casos.
- Les empreses catalanes fan un ús molt limitat dels serveis de traducció / interpretació. Tanmateix, augmenta la demanda de traduccions a les llengües dels mercats emergents.

■ CAPACITATS LINGÜÍSTIQUES DEL PERSONAL

- Moltes empreses no tenen registre dels coneixements lingüístics del personal: podem suposar que tenen capacitats lingüístiques no conegudes ni usades (la població catalana és cada dia més multilingüe).
- Sembla haver-hi una confiança excessiva en l'autosuficiència de l'anglès com a llengua franca internacional, quan els països anglòfons afirmen que "English is not enough".

■ NOUS MERCATS, NOVES COMPETÈNCIES

- Cal prestar atenció a altres llengües dels mercats principals (francès, alemany, portuguès, italià...) i dels nous mercats emergents, que poden esdevenir un factor competitiu molt important.
- Cal sensibilitzar les empreses sobre la importància de les competències interculturals i facilitar-los la formació en aquest camp.

Resumen de conclusiones

- Numerosas pequeñas y medianas empresas requieren apoyo para diseñar y aplicar una estrategia multilingüe.

■ COMUNICACIONES EXTERNAS

- La totalidad de las empresas asumen el principio de atender a los clientes en su lengua y están en condiciones de hacerlo en catalán o castellano.
- El 33 % de las empresas que actúan en el extranjero todavía no tiene su web en inglés. El 36,6 % de las que actúan en Cataluña y el 49,6 % de las que actúan en Baleares y Comunidad Valenciana aún no tienen su web en catalán. Las que no tienen su web en castellano están por debajo del 15 % en ambos casos.
- Las empresas catalanas hacen un uso muy limitado de los servicios de traducción/interpretación. No obstante, aumenta la demanda de traducciones a las lenguas de los mercados extranjeros.

■ CAPACIDADES LINGÜÍSTICAS DEL PERSONAL

- Muchas empresas no cuentan con un registro de conocimientos lingüísticos del personal: es de suponer que tienen capacidades lingüísticas no conocidas ni usadas (la población catalana es cada vez más multilingüe).
- Parece existir una excesiva confianza en la autosuficiencia del inglés como lengua franca internacional, mientras que los países anglófonos afirman que "English is not enough".

■ NUEVOS MERCADOS, NUEVAS COMPETENCIAS

- Hay que prestar atención a otras lenguas de los mercados principales (francés, alemán, portugués, italiano...) y de los nuevos mercados emergentes, que pueden convertirse en un factor competitivo de gran importancia.
- Es necesario sensibilizar a las empresas acerca de la importancia de las competencias interculturales y facilitarles formación en este campo.

Summary of conclusions

- Many SMEs need support to design and implement a multilingual strategy.

■ EXTERNAL COMMUNICATIONS

- All businesses have taken on board the principle of dealing with customers in their own languages and are able to do so in Catalan and Spanish.
- 33% of businesses active abroad still do not have their website in English. 36,6% of those active in Catalonia and 49,6% of those active in the Balearic Islands and Valencia still do not have their website in Catalan. Those who do not have their website in Spanish are below 15% in both cases.
- Catalan businesses make only very limited use of translation/interpretation services. There is nevertheless increasing demand for translations into the languages of emerging markets.

■ STAFF LANGUAGE SKILLS

- Many businesses do not keep records of staff language skills: it can be supposed they have unknown and untapped languages skills (Catalans are increasingly multilingual).
- It would appear that too much reliance is placed on self-sufficiency in English as the international lingua franca, when even English-speaking countries say that "English is not enough".

■ NEW MARKETS, NEW SKILLS

- Attention must be paid to other languages in leading markets (French, German, Portuguese, Italian, etc.) and new emerging ones: these could give firms a very significant competitive edge.
- Businesses' awareness needs to be raised as to the importance of intercultural skills, and training in the field needs to be facilitated.

Punts d'informació i suport

ACC10. Suport a la competitivitat i a la internacionalització.
<http://www.acc10.com>

Traductor automàtic de la Generalitat de Catalunya.

Traducció en línia de textos curts i pàgines web entre les llengües següents: català, castellà, occità (aranès), anglès, francès i alemany.
<http://traductor.gencat.cat>

Empreses i professionals de la llengua. Cercador d'empreses i professionals de la traducció i la correcció.
<http://www.gencat.cat/llengua/professionals>

Plats a la carta. Aplicació que permet elaborar cartes de restaurant en català i en cinc llengües més (castellà, anglès, francès, italià i alemany).
<http://www.gencat.cat/platsalacarta>

Optimot, consultes lingüístiques. Cercador d'informació lingüística que ajuda a resoldre dubtes sobre la llengua catalana. <http://optimot.gencat.cat>

Parla.cat. Espai virtual d'aprenentatge que posa a l'abast de tothom materials didàctics per aprendre la llengua catalana. El curs es pot fer seguint la modalitat lliure o la modalitat de tutoria. <http://www.parla.cat>

Indexplà. Anàlisi de la situació lingüística. Qüestionari en línia que permet obtenir gràficament la situació lingüística d'una empresa o institució en sis àmbits concrets.
<http://www.indexpla.cat>

Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC. Estudi ELAN.cat, activitats i ofertes formatives.
<http://catedramultilinguisme.uoc.edu/>

Linguamón – Casa de les Llengües. Serveis, actuacions i recursos adreçats a organismes i empreses, per a la gestió del multilingüisme.
<http://www.linguamon.cat>

Comissió Europea. Multilingüisme en els negocis. Estudi ELAN, publicacions i mesures de suport.
http://ec.europa.eu/education/languages/languages-mean-business/doc1460_en.htm

Puntos de información y apoyo

ACC10. Apoyo a la competitividad y a la internacionalización.
<http://www.acc10.com>

Traductor automático de la Generalitat de Catalunya. Traducción en línea de textos cortos y páginas web entre las siguientes lenguas: catalán, castellano, occitano (aranés), inglés, francés y alemán. <http://traductor.gencat.cat>

Empresas y profesionales de la lengua. Buscador de empresas y profesionales de la traducción y la corrección.
<http://www.gencat.cat/llengua/professionals>

Platos a la carta. Aplicación que permite elaborar cartas de restaurante en catalán y en cinco lenguas más (castellano, inglés, francés, italiano y alemán).
<http://www.gencat.cat/platsalacarta>

Optimot, consultas lingüísticas. Buscador de información lingüística que ayuda a resolver dudas sobre la lengua catalana. <http://optimot.gencat.cat>

Parla.cat. Espacio virtual de aprendizaje que pone al alcance de todo el mundo materiales didácticos para aprender catalán. Se puede realizar el curso siguiendo la modalidad libre o la modalidad de tutoría.
<http://www.parla.cat>

Indexplà. Análisis de la situación lingüística. Cuestionario en línea que permite obtener gráficamente la situación lingüística de una empresa o institución en seis ámbitos concretos. <http://www.indexpla.cat>

Cátedra de Multilingüismo Linguamón-UOC. Estudio ELAN.cat, actividades y ofertas formativas.
<http://catedramultilinguisme.uoc.edu/>

Linguamón – Casa de las Lenguas. Servicios, actuaciones y recursos dirigidos a organismos y empresas, para la gestión del multilingüismo. <http://www.linguamon.cat>

Comisión Europea. Multilingüismo en los negocios. Estudio ELAN, publicaciones y medidas de apoyo.
http://ec.europa.eu/education/languages/languages-mean-business/doc1460_es.htm

Information and support

ACC10. Support for competitiveness and globalisation.
<http://www.acc10.com>

The Catalan government's automatic translator. Online translation of short texts and web pages between the following languages: Catalan, English, French, German, Occitan (Aranese) and Spanish.
<http://traductor.gencat.cat>

Language companies and professionals. A search engine for translation and correction companies and professionals.
<http://www.gencat.cat/llengua/professionals>

Dishes à la carte. An application that produces restaurant menus in Catalan and five other languages (English, French, German, Italian and Spanish).
<http://www.gencat.cat/platsalacarta>

Optimot, language questions. A language information search engine that helps resolve doubts about Catalan.
<http://optimot.gencat.cat>

Parla.cat. A virtual learning environment that offers access to teaching materials for learning Catalan. The course can be followed freely or with tutoring.
<http://www.parla.cat>

Indexplà. Analysis of the language situation. An online survey that provides graphics showing the language situation of a company or institution in six specific areas.
<http://www.indexpla.cat>

Linguamón-UOC Chair in Multilingualism. ELAN.cat study, activities and training.
<http://catedramultilinguisme.uoc.edu/>

Linguamón – House of Languages. Services, events and resources for the management of multilingualism in organisations and companies.
<http://www.linguamon.cat>

European Commission. Multilingualism in businesses. ELAN study, publications and measures for support.
http://ec.europa.eu/education/languages/languages-mean-business/doc1460_en.htm

“*Cal potenciar les estades en altres països: si tots els professionals han passat un temps a l'estranger, això aportarà a l'empresa uns recursos lingüístics i culturals molt valuosos.*”

Amado Alarcón
Investigador i professor de la URV

“*Es necesario potenciar las estancias en otros países: si todos los profesionales han residido un tiempo en el extranjero, ello va a aportar a la empresa unos recursos lingüísticos y culturales de gran valor.*”

Amado Alarcón
Investigador y profesor de la URV

“*We need to boost stays in other countries. If every professional has spent time abroad, this will provide the company with highly valuable language and cultural resources.*”

Amado Alarcón
URV Professor and Researcher

Recomanacions del Fòrum Empresarial Europeu(*)

Convertir la diversitat lingüística en un avantatge competitiu només serà possible si:

■ ELS GOVERNS:

- fomenten l'aprenentatge, tant formal com informal, d'un ventall ampli de llengües a tots els nivells, amb orientació pràctica i professional;
- faciliten l'acreditació i el reconeixement de les competències lingüístiques en el mercat de treball;
- recomanen a les organitzacions que promouen el comerç que incloguin estratègies lingüístiques en els programes de suport, especialment a les PIME;
- inclouen la formació lingüística en els programes de formació al llarg de la vida i d'integració social.

■ LES EMPRESES:

- donen suport des dels més alts nivells de gestió a les estratègies lingüístiques, en els seus diversos aspectes: formació, contractació, mobilitat, tecnologies, traducció/interpretació, mediació cultural...
- disposen d'un inventari dels coneixements lingüístics del seu personal i els desenvolupen d'acord amb les necessitats dels diferents nivells i funcions;
- fixen uns objectius de competència lingüística en les polítiques de contractació i formació del personal, segons les tasques i responsabilitats de cadascú.

Recomendaciones del Foro Empresarial Europeo(*)

Convertir la diversidad lingüística en una ventaja competitiva sólo será posible si:

■ LOS GOBIERNOS:

- fomentan el aprendizaje, tanto formal como informal, de un amplio abanico de lenguas a todos los niveles, con orientación práctica y profesional;
- facilitan la acreditación y el reconocimiento de las competencias lingüísticas en el mercado de trabajo;
- recomiendan a las organizaciones de promoción del comercio que incluyan estrategias lingüísticas en sus programas de apoyo, en particular los dirigidos a las PYME;
- incluyen la formación lingüística en los programas de formación permanente y de integración social.

■ LAS EMPRESAS:

- apoyan desde los más altos niveles de gestión las estrategias lingüísticas, como formación, contratación, movilidad, tecnologías, traducción/interpretación, mediación cultural...;
- cuentan con un inventario de los conocimientos lingüísticos de su personal y los desarrollan de acuerdo con las necesidades de los diferentes niveles y funciones;
- fijan unos objetivos de competencia lingüística en las políticas de contratación y formación del personal, en función de las tareas y las responsabilidades individuales.

European Business Forum recommendations(*)

Turning language diversity into a competitive advantage will only be possible if:

■ GOVERNMENTS:

- encourage language learning, both formal and informal, at all levels and widen the range of languages taught, with a practical and professional orientation;
- provide certification and recognition for language skills on the employment market;
- recommend trade promotion organisations to include language strategies in their support programmes, in particular those directed towards SMEs;
- Include language training in national programmes for lifelong learning and social integration.

■ BUSINESS:

- provide support from the highest levels of management for a wide range of language strategies: training, recruitment, mobility, technologies, translation/interpreting, cultural mediation, etc.
- take stock of existing language skills within the company and match them with needs and opportunities on all levels of the organisation and for all functions of the company;
- set up individual language competence targets in staff recruitment and development strategies, matched to their specific tasks and responsibilities.

■ LES AUTORITATS REGIONALS I LOCALS:

- sensibilitzen les empreses i donen suport especialment a les PIME en el desenvolupament de les seves capacitats multilingües;
- promouen la relació entre les comunitats empresarials i les universitats i centres educatius, perquè organitzin cursos i activitats que millorin les estratègies lingüístiques;
- esperonen el multilingüisme en l'entorn empresarial amb activitats formatives, intercanvis, fires, etc. en els parcs o polígons industrials.

■ LES INSTITUCIONS EUROPEES:

- sensibilitzen els estats membres sobre la importància de les llengües en la competitivitat econòmica;
- creen una plataforma europea d'intercanvi de bones pràctiques en la gestió empresarial del multilingüisme, amb un web que doni informació sobre els programes comunitaris de suport al multilingüisme de l'empresa i faciliti els tràmits i contactes entre la comunitat empresarial, les cambres de comerç, les organitzacions professionals, els organismes que promouen el comerç, el món educatiu, etc.

■ LAS AUTORIDADES REGIONALES Y LOCALES:

- sensibilizan a las empresas y apoyan en particular a las PYME en el desarrollo de sus capacidades multilingües;
- promueven la relación entre las comunidades empresariales y las universidades y centros educativos para organizar cursos de lenguas y desarrollar actividades para mejorar sus estrategias lingüísticas;
- alientan el multilingüismo en el entorno empresarial mediante actividades formativas, intercambios, ferias, etc., en parques empresariales y polígonos industriales.

■ LAS INSTITUCIONES EUROPEAS:

- conciencian a los estados miembros sobre la importancia de las lenguas para la competitividad económica;
- crean una plataforma europea de intercambio de mejores prácticas en la gestión empresarial del multilingüismo, con un sitio web que recoja información acerca de los programas comunitarios de apoyo al multilingüismo de la empresa y facilite los trámites y contactos entre la comunidad empresarial, cámaras de comercio, organizaciones profesionales, organismos de promoción del comercio, mundo educativo, etc.

(*). Extraídas del documento *Las lenguas hacen negocio. Recomendaciones del Foro Empresarial sobre Multilingüismo creado por la Comisión Europea. Puede consultarse el texto íntegro en la dirección http://ec.europa.eu/education/languages/news/news1669_es.htm. La traducción y el resumen han ido a cargo de la Cátedra de Multilingüismo Linguamón-UOC.*

■ REGIONAL AND LOCAL AUTHORITIES:

- increase awareness about the opportunities for businesses of and provide support, especially for SMEs, for improved language skills;
- promote partnerships between business communities, universities and training institutions, providing assistance for them to organise language courses and develop other methods to improve their language strategies;
- encourage a more multilingual business environment, with language courses, conversation groups, fairs, etc. in business parks and industrial zones.

■ EUROPEAN INSTITUTIONS:

- raise awareness among Member States about the importance of languages for competitiveness;
- create a European platform for exchange of best multilingualism practices for companies, with a web site providing information on EU programmes providing support for multilingualism in businesses and facilitating applications for it, and gathering relevant information from the business community, trade organisations, Chambers of commerce, trade promotion organisations, schools, and education authorities.

(*). Taken from the document *Languages mean business. Recommendations from the Business Forum for Multilingualism established by the European Commission. The full text can be viewed at http://ec.europa.eu/education/languages/news/news1669_en.htm. The translation and summary have been provided by the Linguamón-UOC Chair in Multilingualism.*

(*). *Extretes del document Les llengües fan negoci. Recomanacions del Fòrum Empresarial sobre Multilingüisme creat per la Comissió Europea. El text íntegre és consultable a l'adreça http://ec.europa.eu/education/languages/news/news1669_en.htm. La traducció i el resum han estat fets per la Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC.*

“No és el mateix fer negocis a Berlín tenint un coneixement de l'alemany que et permeti crear simpatia amb l'interlocutor, que no pas no saber-ne gens.”

Ramon Aspa
Director Executiu ESADE-
Executive Language Center

“No es lo mismo hacer negocios en Berlín poseyendo un conocimiento del alemán que te permita crear simpatía con el interlocutor que no tener nociones del idioma.”

Ramon Aspa
Director Ejecutivo ESADE-
Executive Language Center

“It is by no means the same thing to do business in Berlin with an understanding of German that can create a connection with the interlocutor, as to try to do so with no idea of the language.”

Ramon Aspa
Executive Director, ESADE-
Executive Language Center

