

Los idiomas: una apuesta segura

Cuando nos encontramos en un proceso de selección y depende de nuestro savoir-faire la incorporación de la persona adecuada, nos encontramos ante la difícil tarea de analizar varias, en ocasiones muchas, currículas y decidir qué persona de las que postulan al puesto encaja en el perfil que buscamos.

Sobre la mesa se nos presentan un número considerable de radiografías formativas y laborables, algunas calcadas y en ocasiones, tenemos dudas sobre qué factores son decisivos en la elección de un candidato sobre otros muchos. En un mundo cada vez más competitivo y con un candidato cada vez más preparado, no cabe duda que la clave para destacar sobre otros está en el conocimiento de idiomas.

El pasado noviembre tuvo lugar en la Universidad de Barcelona una mesa redonda titulada "Idiomas: clave para tu futuro profesional" con la presencia de estudiantes, profesores y profesionales de los idiomas así como los Directores de las Cámaras de Comercio de Alemania, Francia e Italia. En este acto, Michael Page Inter-

national, consultoría líder en selección de mandos intermedios y directivos, presentó un estudio sobre la demanda de idiomas en el actual mercado laboral. Según este estudio, un 77 por ciento de las ofertas de empleo requiere un nivel de inglés equivalente a Advanced o Superior. Asimismo, se desprende de las conclusiones que el 90 por ciento de las empresas que consideran como indispensable este idioma, solicitan a sus candidatos el conocimiento de inglés de tipo financiero.

No podemos negar que los idiomas han sido y seguirán siendo en este año un requisito indispensable para acceder a puestos especializados. Las empresas buscan a un profesional con un nivel de inglés fluido pero, además, es cada vez



más valorado el conocimiento de un segundo idioma. Es por ello que otra de las conclusiones a las que se llegó en la mesa redonda es que el inglés ya no es el único idioma valorado por las empresas. Cada vez más, otras lenguas europeas como el alemán (diez por ciento de las empresas), el francés (siete por ciento) y el italiano (uno por ciento de las ofertas) son también necesarias en un entorno multicultural.

Aunque no podamos negar que el inglés es el idioma mundial para los negocios, cada vez se valora más que, a la hora de tratar con clientes extranjeros se conozca el idioma del país, sobre todo si se trata de la Unión Europea. Pero ¿la demanda de las empresas concuerda con la preparación de los candidatos en la actualidad? En nuestro estudio, de una muestra de 300.000 candidatos, todos ellos con un perfil de mando medio o directivo, el 81 por ciento habla inglés, de los cuales, un 56 por ciento hablan un inglés medio (equivalente a un First Certificate), un 22 por ciento inglés alto, equivalente a un Advanced, y un dos por ciento hablan este idioma perfectamente (Proficiency).

Como organización que desempeña su labor en la selección de personal, podemos afirmar que, para un candidato no sólo importa el nivel de inglés alcanzado sino también la utilidad que le pueda dar en su puesto de trabajo. Por ello, podemos observar que el 71 por ciento de los perfiles comerciales habla inglés. En cambio el porcentaje se reduce hasta el 69 por ciento en los perfiles financieros, mientras que solo prácticamente la mitad (54 por ciento) de los perfiles técnicos afirman conocer este idioma. El francés es el segundo idioma más hablado por los candidatos. Alrededor del 29 por ciento de los candidatos hablan francés y de estos, un siete por ciento lo hablan con nivel alto. En algunos candidatos podemos vislumbrar que aún heredamos la introducción del francés como único segundo idioma en tiempos pasados.

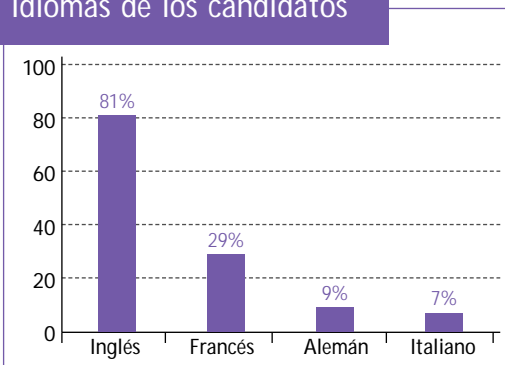
En cambio, por tradición, consideramos que el alemán es un idioma nuevo para nosotros y, a pesar de ser cada vez más demandado por las empresas, es hablado por el nueve por ciento de los candidatos, mientras que el italiano sólo por el siete por ciento. Todas las conclusiones que se sacaron durante este acto resaltaban la importancia de hablar el idioma del cliente puesto que resulta una gran ventaja a la hora de hacer negocios. Por ello, se presentaron programas de formación, intercambios y otras iniciativas que llevan a cabo algunas empresas para reforzar los idiomas de sus profesionales, una iniciativa que es correcta pero que no sólo debe partir de la empresa sino de la propia inquietud del trabajador.

No hay que olvidar que el sistema educativo español comienza ahora a dar peso al aprendizaje de idiomas como el inglés. Este déficit resulta una desventaja considerable con respecto a los candidatos de otros países que, desde muy pequeños, han trabajado una segunda lengua como la propia. En la mayoría de los casos en los que el candidato español presenta un nivel alto o, incluso, bilingüe de otro idioma que no es el materno, se debe a una formación extraordinaria en un país extranjero. Indiscutiblemente el dominio de una lengua extranjera se ha convertido en imprescindible en el actual entorno empresarial. Además, el conocimiento de dos o más lenguas extranjeras supone una verdadera ventaja para el candidato. Cada vez en mayor medida, esto será decisivo para que la persona que postula al puesto sea el elegido. Por ello, las empresas animan a aquellos que quieran seguir siendo competitivos en el mercado laboral que inviertan en este tipo de formación. No hay duda que es un valor seguro.

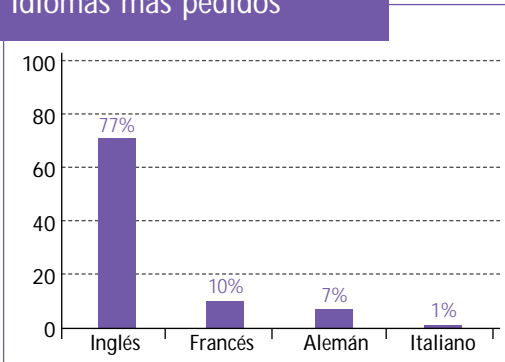
*Ricardo Corominas,
 Director Michael Page Barcelona*

Mit Fremdsprachen zu mehr Aufträgen

Idiomas de los candidatos



Idiomas más pedidos



Fuente: Michael Page International



Unternehmen, deren Mitarbeiter keine Fremdsprachen sprechen, schneiden wirtschaftlich schlechter ab. Laut einer EU-Studie, die Sprachenkommissar Leonard Orban kürzlich in Brüssel vorstellte, gehen bei elf Prozent von hochgerechnet 945.000 Exportunternehmen Aufträge aufgrund mangelnder Fremdsprachenkompetenz verloren. Die Unternehmen reagieren und wollen künftig ihre Mitarbeiter nicht nur mittels Sprachkursen schulen, sondern von vornherein sprachlich versierte Mitarbeiter einstellen. Ricardo Corominas, Geschäftsführer der Personalberatungsgruppe Michael Page in Barcelona, bestätigt diesen Trend: „In einer zunehmend globalen und wettbewerbsorientierten Wirtschaft mit immer höher qualifizierten Bewerbern sind Fremdsprachenkenntnisse der Schlüssel bei Neueinstellungen“, hebt er in seinem Artikel für „Deutsch-Spanische Wirtschaft“ hervor. Während bei Englisch ein hohes Niveau mittlerweile obligatorisch sei, gewinnen im internationalen Wettbewerb zunehmend zweite Fremdsprachen an Bedeutung.

Laut einer Studie von Michael Page unter 300.000 Kandidaten für Fach- und Führungspositionen setzen zehn Prozent der spanischen Unternehmen Deutsch-, sieben Prozent Französisch- sowie ein Prozent Italienisch-Kenntnisse voraus, um mit ausländischen Geschäftspartnern in deren Muttersprache kommunizieren zu können. Tatsächlich sprechen 81 Prozent der Bewerber Englisch, 29 Prozent Französisch, neun Prozent Deutsch und sieben Prozent Italienisch, so Corominas. Etwa ein Viertel davon beherrscht die jeweilige Sprache fließend. Spanien, derzeit Schlusslicht in der Fremdsprachenausbildung innerhalb der Europäischen Union, holt nach Aussage von Corominas auf. Bisher habe ein hohes Fremdsprachen-Niveau spanischer Bewerber von einer hervorragenden Ausbildung im Ausland gezeugt. Mittlerweile würden jedoch Fremdsprachen, vor allem das Englische, auch zunehmend Gewicht innerhalb des spanischen Bildungssystems gewinnen. Laut Corominas eine sichere Wertanlage - für die berufliche Zukunft der Bewerber im Speziellen und die spanische Wirtschaft im Allgemeinen. (bv)

Un idioma, muchas oportunidades

www.goethe.de/espana

El Goethe-Institut le prepara eficazmente

- en sus sedes en España:
Barcelona, Granada, Madrid, San Sebastián
- en 13 ciudades en Alemania
- en 128 Institutos en 79 países

El Goethe-Institut:
Su socio especialista para la lengua alemana

Para más información y asesoramiento, consulte:
www.goethe-cursosenalemania.es

info@goethe-cursosenalemania.es

