



Recerca

Primers resultats de l'estudi ELAN.cat: el català en el multilingüisme de les empreses catalanes

Autor

Isidor Marí
Càtedra de Multilingüisme
Linguamón-UOC

La Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC, amb el suport de la Generalitat de Catalunya, està realitzant l'estudi ELAN.cat, sobre el multilingüisme de les empreses catalanes. Aquest estudi és l'adaptació a Catalunya de l'informe europeu ELAN, que va posar en evidència que moltes empreses de la UE desaprofitaven oportunitats de negoci per manca de capacitats multilingües. L'estudi ELAN.cat es troba en aquests moments en la fase d'anàlisi de les dades quantitatives obtingudes d'un miler d'empreses de Catalunya. En aquest article oferim un avanç de resultats, centrats sobretot en el lloc que ocupa el català en el multilingüisme de les empreses catalanes.

Antecedents i motivacions

Al desembre del 2006 la Comissió Europea va presentar els resultats de l'estudi ELAN -*Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*-,¹ que valorava les capacitats multilingües de les empreses europees i els seus efectes sobre l'economia. Aquest treball fou dirigit pel professor Stephen Hagen, autor també de l'estudi pioner *Languages in British Business* (1988), sobre la importància de desenvolupar el multilingüisme de les empreses britàniques en funció de les relacions econòmiques internacionals que estaven desplegant. La conclusió general de l'estudi ELAN és que les empreses europees perden bones oportunitats d'exportar els seus productes a causa de la manca de competències multilingües i de capacitats interculturals, i que les quatre claus lingüístiques de la competitivitat internacional són:

- Tenir una estratègia lingüística ben definida.
- Contractar personal lingüísticament competent.
- Tenir parlants nadius.
- Fer un ús apropiat de la traducció/interpretació.

Al novembre del 2007 tingueren lloc a Barcelona les jornades "Multilingüisme i llengua pròpia: reptes i oportunitats per a l'economia catalana", com a iniciativa conjunta de la Generalitat de Catalunya, Linguamón i la Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC, en què van ser presents el comissari europeu de Multilingüisme, Leonard Orban, i el professor Stephen Hagen. Arran d'aquestes jornades es va confirmar la disponibilitat del professor Hagen per participar en

1. Podeu consultar-lo en línia: http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_en.pdf (accés a l'octubre del 2009).

l'aplicació de l'estudi ELAN a Catalunya i l'interès del Govern de Catalunya per la realització d'un estudi d'aquestes característiques.

Així, l'estudi ELAN.cat ha pogut tenir el suport dels organismes següents:

- La Secretaria de Política Lingüística del Departament de la Vicepresidència de la Generalitat de Catalunya com a òrgan de direcció, planificació, coordinació i execució de la política lingüística de la Generalitat de Catalunya.
- El Departament d'Innovació, Universitats i Empresa com a òrgan de govern de la Generalitat de Catalunya encarregat de vetllar per l'adequació dels instruments de suport a R+D+I i a la internacionalització de les petites i mitjanes empreses en coordinació amb els organismes competents en l'execució de polítiques de suport a la innovació i a la internacionalització de l'empresa catalana.
- La Casa de les Llengües, que s'ocupa, entre altres activitats, d'impulsar projectes, actuacions i estudis sobre la gestió del multilingüisme.
- La Fundació UOC, institució sense ànim de lucre que neix sota l'impuls de la Generalitat de Catalunya per tal de promoure la creació i el reconeixement de la Universitat Oberta de Catalunya i que té com a objectius, entre d'altres, afavorir i donar suport als convenis d'investigació i recerca.
- Aquestes dues últimes institucions intervenen en el projecte per mitjà de la Càtedra de Multilingüisme Linguamón–UOC, que precisament va ser creada per acord entre elles per tal de fomentar activitats de recerca i formació sobre el multilingüisme com a mitjà de desenvolupament social i econòmic de la societat.

En el cas català, l'estudi té present la doble oportunitat que representa la coincidència de la política europea de promoció del multilingüisme empresarial amb el procés previst pel nou Estatut d'autonomia de Catalunya d'impulsar la disponibilitat lingüística i garantir l'ús normal del català en el món econòmic. Concretament, l'Estatut preveu (art. 34) que "totes les persones tenen dret a ésser ateses oralment i per escrit en la llengua oficial que elegeixin en llur condició d'usuàries o consumidores de béns, productes i serveis. Les entitats, les empreses i els establiments oberts al públic a Catalunya estan subjectes al deure de disponibilitat lingüística en els termes que estableixen les lleis". El multilingüisme i la llengua pròpia són, doncs, elements inseparables en les noves estratègies lingüístiques que estan començant a dissenyar les empreses i corporacions catalanes més innovadores i responsables.

Des de l'accés a l'Europa comunitària, l'economia catalana ha seguit un clar procés d'internacionalització, i paral·lelament el nostre sistema educatiu ha preparat tot un seguit de generacions joves que ja són capaces de treballar en català. Integrar el multilingüisme de les empreses en la projecció internacional i l'ús normal del català entre nosaltres en el treball i en les relacions amb els clients és la doble oportunitat que tots hem de saber identificar i aprofitar, per tal que el sistema econòmic català en els propers anys arribi a gestionar amb eficiència la diversitat lingüística com a factor de competitivitat i de qualitat de servei.

En funció de totes aquestes consideracions, l'aplicació de l'estudi ELAN a l'àmbit de Catalunya va voler incorporar també la valoració del català com a llengua de treball i comunicació de les empreses que actuen en l'espai lingüístic català i analitzar l'ús de les llengües en aquest espai, i no sols en la seva projecció internacional.

L'esquema organitzatiu

Per al desenvolupament de l'estudi es constitueix l'Equip Investigador amb la composició següent:

- El professor Hagen i el seu equip de treball (Semantica Limited T/A Interact International).
- La FUOC i la Casa de les Llengües aporten a l'equip investigador dos professors de la Càtedra de Multilingüisme Linguamón–UOC–el Sr. Miquel Strubell i el Sr. Isidor Marí i Mayans, que serà l'investigador en cap de l'estudi.
- El responsable tècnic designat per l'empresa DYM, que ha dut a terme el treball de camp, el Sr. Jorge Planas.

Complementàriament, es constitueix la Comissió Tècnica i de Seguiment, que presta suport tècnic al projecte i en supervisa l'execució. Aquesta comissió està integrada per l'Equip Investigador i els representants següents:

- La Sra. Marta Xirinachs, cap de Programes i de Gestió de Linguamón.
- La Secretaria de Política Lingüística hi destina el responsable de l'Àrea d'Estudis del Servei d'Informació, Difusió i Estudis, el Sr. Joan Solé i Camardons, i la tècnica del mateix servei, la Sra. Anna Torrijos.
- El Departament d'Innovació, Universitats i Empresa hi destina el Sr. Daniel Jordà, cap del Gabinet Tècnic, i la Sra. Meritxell Llorente, responsable de Planificació Lingüística.

Objectius

Els objectius d'aquest estudi són:

- Conèixer l'impacte econòmic de les barreres lingüístiques i culturals sobre el comerç i la relació que s'hi presenta amb la dimensió i el sector d'activitat de les empreses.
- Conèixer en quina mesura la disponibilitat de personal competent en les diverses llengües influeix en el desenvolupament de les relacions comercials.
- Conèixer la rellevància de les diferents llengües en el context de les relacions i comunicacions de l'àmbit econòmic.
- Valorar la incidència de les competències lingüístiques en els beneficis econòmics de les empreses i del país en conjunt.
- Identificar quins són els factors lingüístics i culturals que més influeixen en el desenvolupament de les relacions comercials de les empreses en els diferents mercats en què actuen.
- Identificar quines estratègies de comunicació són les més efectives entre les PIME instal·lades a Catalunya i la seva especificitat respecte a les grans companyies en la gestió del multilingüisme. S'entén per estratègia lingüística l'adopció de les directrius i tècniques que facilitin una comunicació eficaç amb clients i proveïdors.

- Identificar quines mesures faciliten la comunicació i la mobilitat de professionals, béns i serveis en el mercat local, estatal, europeu i global, i quines són les implicacions econòmiques a llarg termini de no emprendre cap acció.
- Identificar les pràctiques i les principals necessitats quant a l'ús de traductors i intèrprets.
- Identificar les correlacions existents entre l'ús del català com a llengua de comunicació i de treball i altres factors com la gestió generalitzada del multilingüisme per les empreses, l'obtenció de resultats satisfactoris, la ubicació de la seva seu principal o la procedència del seu accionariat o propietat.

Metodologia

L'estudi s'ha plantejat en dues fases:

- Una enquesta quantitativa a un miler d'empreses catalanes entre 10 i 250 treballadors que es troba, com dèiem al començament d'aquest article, en l'etapa final d'anàlisi dels resultats.
- Una sèrie d'estudis qualitius complementaris (estudi d'alguns casos representatius, entrevistes amb grans empreses, anàlisi dels resultats amb experts del món econòmic...).

La fitxa tècnica de l'estudi quantitau que comentem parcialment en aquest article és la següent:

| | |
|----------------------------|--|
| Recollida de la informació | Enquesta telefònica assistida per ordinador. |
| Dates treball de camp | Del 2 de febrer al 4 de maig de 2009. |
| Univers | Empreses de 10 a 249 treballadors. |
| Àmbit | Catalunya |
| Mostra | 1.071 entrevistes finals, distribuïdes proporcionalment a l'univers d'empreses catalanes. |
| Quotes | Per agrupacions de sector d'activitat i trams per nombre d'empleats. Quota mínima d'un terç d'empreses exportadores. |
| Error mostral | ±3,0 % |
| Qüestionari | 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 de l'Institut DYM a les necessitats de la metodologia CATI. |

Pel que fa a la mostra, elaborada amb l'assessorament de l'IDESCAT, la seva composició era la següent (els nombres entre parèntesis corresponen als codis CNAE):

| Agrupacions per sectors | Nombre d'assalariats | | | |
|---|-----------------------------|-------------------|---------------------|--------------|
| | <i>De 10 a 19</i> | <i>De 20 a 99</i> | <i>De 100 a 249</i> | <i>Total</i> |
| <i>Indústria manufacturera alimentària, tèxtil, paper, química (15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 34, 35)</i> | 60 | 63 | 10 | 133 |
| <i>Resta indústria i energia (10, 11, 12, 13, 14, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 36, 37, 40, 41)</i> | 61 | 58 | 6 | 125 |
| <i>Construcció (45)</i> | 115 | 70 | 5 | 190 |
| <i>Comerç (50, 51, 52)</i> | 126 | 79 | 8 | 213 |
| <i>Hoteleria (55)</i> | 33 | 25 | 3 | 61 |
| <i>Transports (60, 61, 62, 63)</i> | 27 | 21 | 3 | 51 |
| <i>Mediació financera i serveis empresarials (65, 66, 67, 74)</i> | 72 | 32 | 7 | 111 |
| <i>Resta de serveis, sanitat i educació (64, 70, 71, 72, 73, 80, 85, 90, 91, 92, 93)</i> | 93 | 77 | 13 | 183 |
| Total | 587 | 425 | 55 | 1067 |

Els resultats obtinguts en aquesta fase quantitativa són objecte de dues anàlisis complementàries:

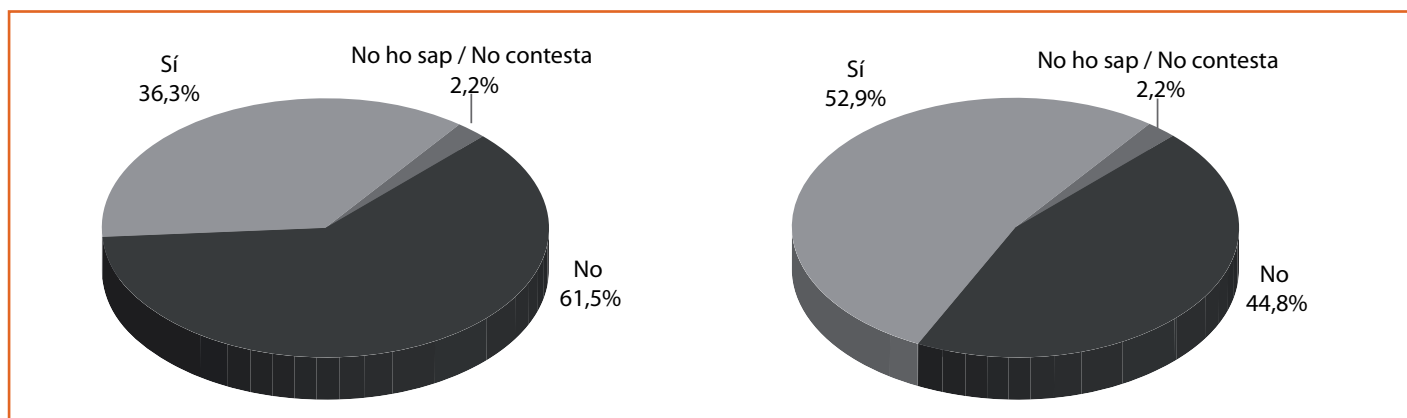
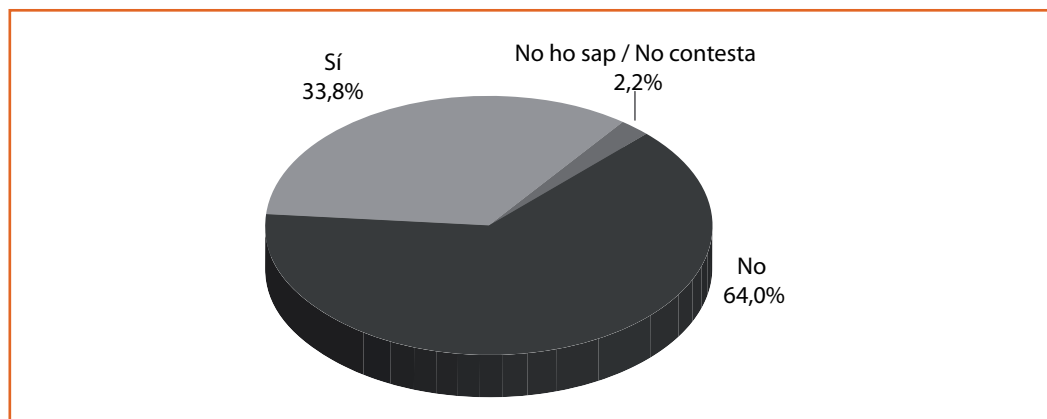
- Estudi intern de les característiques del multilingüisme de les empreses catalanes.
- Comparació del multilingüisme de les empreses catalanes amb les dades generals de la UE de què disposa l'equip del professor Hagen.

En aquest article ens limitarem, tal com hem anunciat, a donar algunes dades inicials que considerem significatives respecte el lloc que ocupa el català, entre les altres llengües, en l'activitat de les empreses catalanes. La difusió del conjunt de les dades serà objecte d'un pla específic de comunicació.

Els mercats o àmbits d'activitat de les empreses catalanes

El grau d'internacionalització de les empreses catalanes es posa de manifest en la resposta sobre les seves vendes a l'estranger: un terç de les 1.071 empreses enquestades (el 33,8 %) venen béns o serveis a l'estranger (gràfic 1).

Gràfic 1: Empreses que venen a l'estranger.



Gràfic 2: Empreses que venen a les Balears o la Comunitat Valenciana.

Gràfic 3: Empreses que venen a la resta d'Espanya.

Al costat d'aquesta dada, és important destacar que el percentatge d'empreses catalanes que declaren vendre béns o serveis a les Balears i la Comunitat Valenciana (gràfic 2) és encara superior (el 36,3 %), mentre que les empreses catalanes que venen béns o serveis a la resta d'Espanya (gràfic 3) són el 52,9 % i un 44,8 % de les empreses catalanes no venen béns o serveis en aquest àmbit.

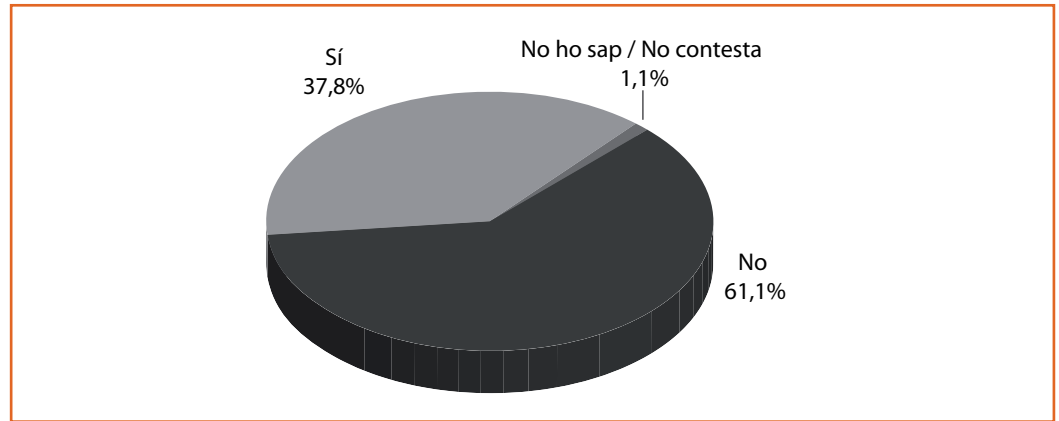
L'estratègia de comunicació

Hem indicat, en referir-nos als resultats de l'estudi europeu ELAN, que un dels factors d'èxit que s'hi havien identificat era que l'empresa disposés d'una estratègia lingüística formal.

L'enquesta ELAN.cat mostra uns resultats globals modestos en aquest sentit (gràfic 4): només el 37,8 % de les empreses enquestades declara tenir una estratègia de comunicació formal a fi d'establir contacte amb els clients a les diferents àrees lingüístiques en què operen. Tanmateix, el resultat és millor si ens fixem en les empreses que actuen fora de Catalunya. Entre les empreses que actuen a les Balears o la Comunitat Valenciana, el percentatge ascendeix al 48,6 %, una proporció molt semblant a la de les que actuen a la resta d'Espanya (el 47,1 %). Entre les que actuen en mercats

estrangers, la proporció és lleugerament superior a la meitat: el 53,3 %. Tot i això, cal reconèixer que es tracta en tots els casos de percentatges molt baixos, que indiquen un grau insuficient d'atenció a les qüestions lingüístiques en la gestió de les nostres empreses, fins i tot quan actuen en mercats amb llengües diferents.

Gràfic 4: Empreses que afirmen tenir una estratègia formal de comunicació.

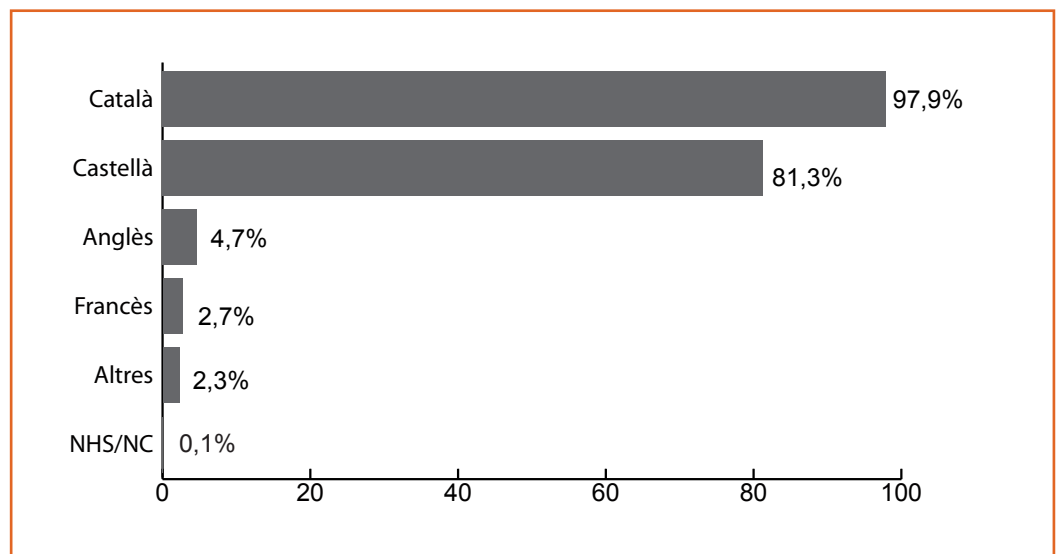


El català i les altres llengües usades a cada mercat en les relacions comercials

En respondre sobre els idiomes que usen en les relacions comercials a Catalunya (gràfic 5), les empreses situen molt clarament en primer terme el català (97,9 %) i el castellà (81,3 %). L'anglès se situa a molta distància (4,7 %), per davant dels altres idiomes (tots els quals lògicament donen percentatges més alts en el sector de l'hoteleria). Val la pena afegir que el català ocupa també un lloc significatiu en les relacions comercials amb les Balears i la Comunitat Valenciana (el 76,1 %, al costat del 87,9 % del castellà).

Aquesta alta valoració del català es reproduceix en la resposta a la llengua que consideren més important en la relació amb els clients, que dona un percentatge global del 52,6 % al català enfront del 39,9% del castellà.

Gràfic 5: Llengües usades en les relacions comercials a Catalunya.



Evidentment, les respostes sobre els idiomes usats en els mercats estrangers ofereixen resultats molt diferents, que no comentarem amb detall en aquest article: els mercats considerats principals són França (29 %), Portugal (11 %), el Regne Unit (8 %), Alemanya (7 %) i Itàlia (5 %). En canvi, les llengües més usades en les relacions internacionals són l'anglès (43,5 %), el francès (33 %) i el castellà (22 %), mentre que el portuguès (5 %), l'italià (4 %) o l'alemany (3,6 %) queden molt més avall del que es podria esperar.

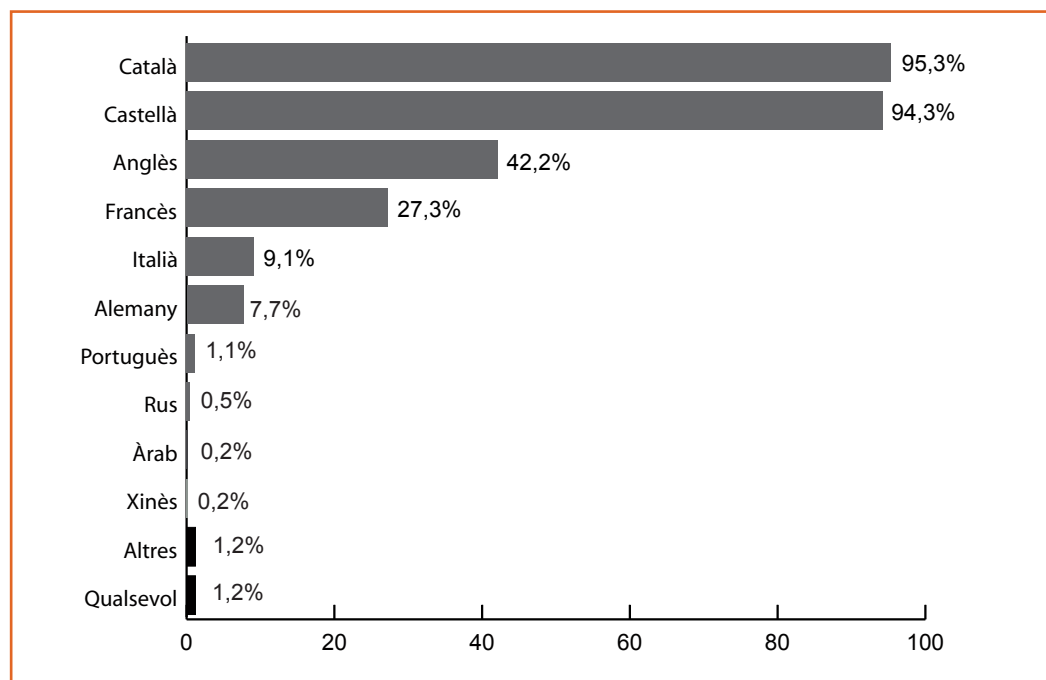
Atendre el client en la seva llengua

És important subratllar que pràcticament totes les empreses enquestades (el 97,2 %) assumeixen el criteri de respondre al client en la seva llengua, i quan se'ls demana en quina llengua responen (gràfic 6), el català (95,3 %) i el castellà (94,3 %) queden equiparats clarament en primer lloc, seguits a distància per l'anglès (42,2 %).

El percentatge d'empreses que afirma tenir com a criteri disposar de la documentació en la llengua dels clients és sensiblement inferior (69,5 %), i en aquest cas les que diuen tenir la documentació en castellà (93,6 %) són més que les que diuen tenir-la en català (84,7 %), i molt més que en anglès (37,7 %).

Una cosa semblant succeeix amb les llengües usades en la pàgina web: del 79 % d'empreses que en tenen, les llengües en què declaren tenir-la són el castellà (85,3 %), el català (63,5 %) i l'anglès (42,5 %).

Gràfic 6: Llengües en què responen als clients.



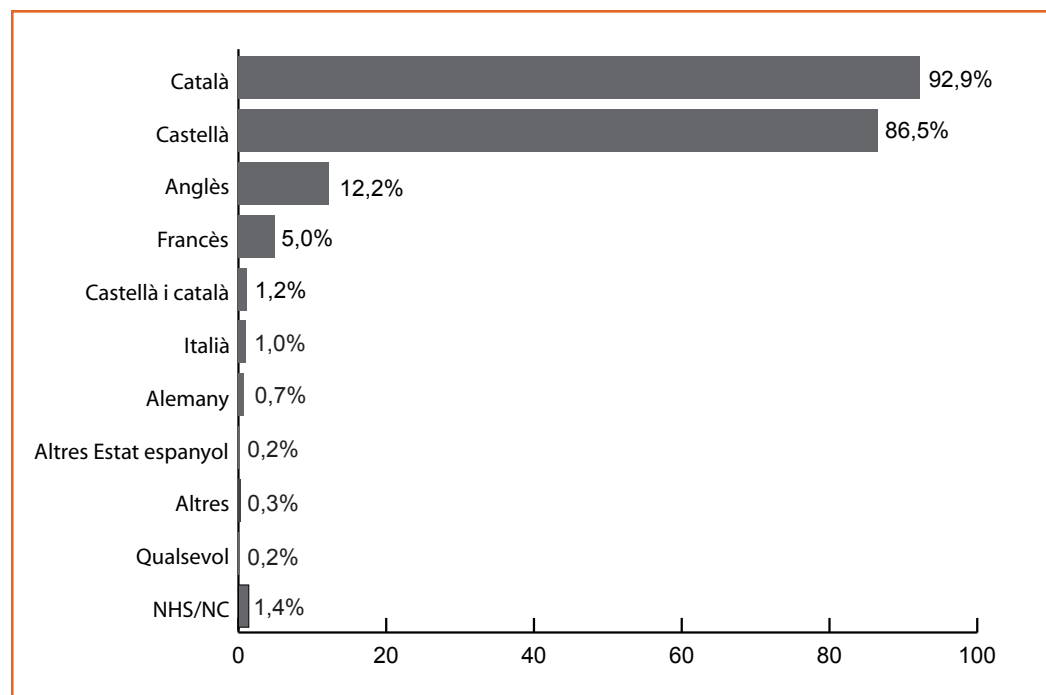
No podem estar segurs de l'exactitud de la resposta de més del 95 % de les empreses en el sentit de no haver tingut problemes lingüístics amb els clients.² En qualsevol cas, és evident que la disposició de les empreses a atendre els clients en la seva llengua és un criteri compartit generalment.

2. És sorprenent que més del 95 % de les empreses enquestades han contestat que no creien haver perdut mai cap client, contracte o concurs pel fet de no saber comunicar en l'idioma necessari, i fins i tot que no havien rebut queixes o trobat dificultats per no fer servir el català, el castellà o altres llengües en les relacions comercials. És probable que aquest índex excepcionalment baix de respostes afirmatives es degui a la voluntat d'evitar qüestions enutjoses

Les llengües de treball

Si ens fixem en les respostes relatives a les llengües de treball usades internament a les empreses (en reunions i documents), és de nou significatiu que el català hi ocupa un primer lloc, tant en la consideració de les llengües més importants (65 % el català; 31,3 % el castellà) com entre les llengües més usades (català 92,9 %; castellà 86,5 %). L'anglès (12,2 %) o el francès (5 %) hi són menys presents (gràfic 7).

Gràfic 7: Llengües internes de treball més usades.



La selecció de personal

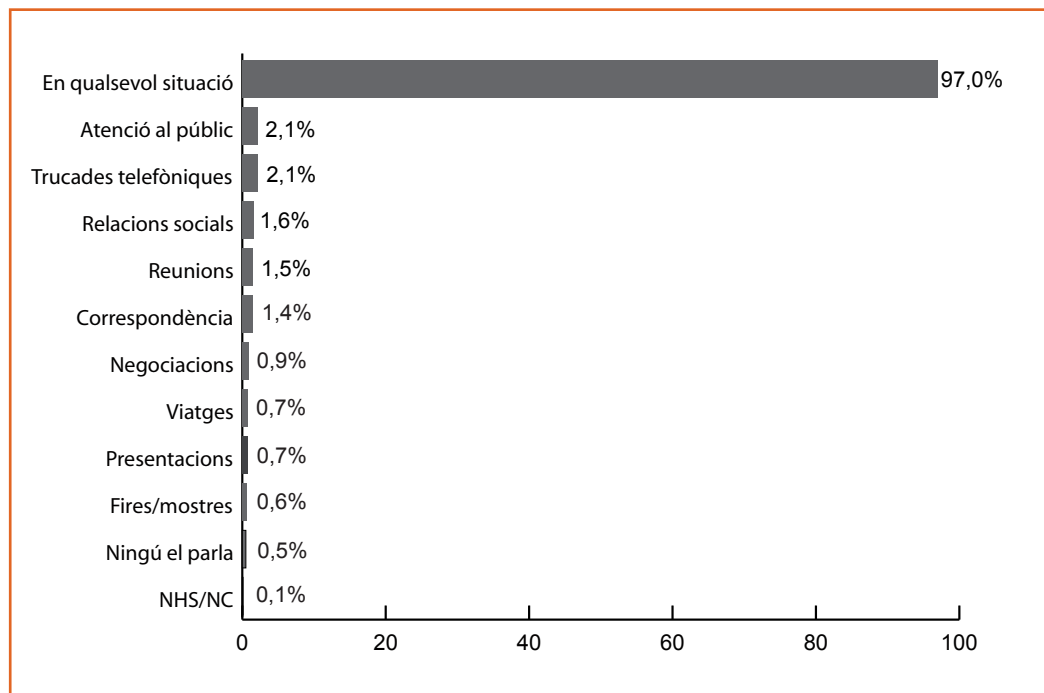
La importància que les empreses confereixen al català, tant en les comunicacions externes com en les internes, justifica que el seu coneixement per part del personal sigui tingut en compte. La meitat (48,8 %) de les empreses que actuen a Catalunya i quasi un terç (31,1 %) de les que actuen a les Balears o la Comunitat Valenciana declaren tenir en compte els coneixements de català del seu personal.³

De totes formes, quan responen més directament si han incorporat personal amb coneixements de català per actuar a Catalunya o a les Balears i la Comunitat Valenciana, els percentatges baixen sensiblement, al 32,6 % i al 18,8 % respectivament. Val a dir que només el 26 % de les empreses que actuen a l'estranger afirmen haver incorporat personal amb coneixement d'idiomes. La limitada importància atribuïda a les competències lingüístiques no és doncs específica de les dues llengües oficials.

3. És cert que també és molt alt el percentatge d'empreses que afirmen no tenir en compte els coneixements de català o de castellà (prop de la meitat). Un cop més, això sembla indicar un nivell insuficient de consciència de la importància de les qüestions lingüístiques.

En el cas del català i el castellà, cal tenir en compte que quasi totes les empreses creuen que tenen personal capacitada per desenvolupar-s'hi amb desimboltura en qualsevol situació (el 97 % pel que fa al català -gràfic 8- i el 98,2 % pel que fa al castellà), encara que no les hagin seleccionat amb aquesta competència específica. No sembla, doncs, que les empreses catalanes puguin tenir cap dificultat per atendre el públic en català quan es desplegui la disponibilitat lingüística prevista per l'article 34 de l'Estatut de Catalunya

Gràfic 8: Empreses que tenen personal capacitada per comunicar-se amb desimboltura en català.



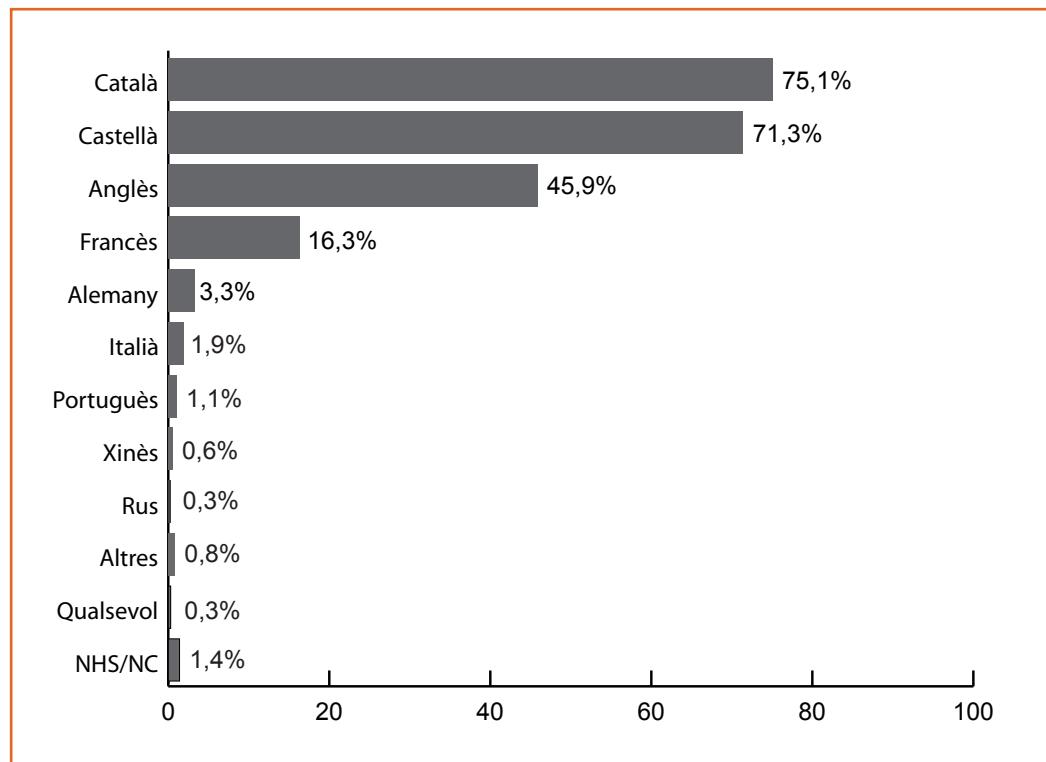
Mèrit o requisit?

Altres preguntes de l'enquesta ens ofereixen informacions complementàries sobre aquests punts de la política lingüística de personal. Les empreses que afirmen tenir en compte la competència del personal en la llengua del client són de nou prop de la meitat (un 43 %), i entre elles semblen valorar més aquesta competència com a requisit (78,7 %) que com a mèrit (52,4 %). Si tenim en compte que el percentatge d'aquestes empreses que sí que valoren la competència lingüística és especialment alt entre les empreses més grans (de 100 a 249 treballadors), del sector de l'hoteleria i de les que actuen a l'estranger, podem deduir que hi ha un col·lectiu d'empreses d'aquest tipus en què els criteris de selecció de personal lingüísticament competent estan més introduïts i desenvolupats que en el conjunt.⁴

Val la pena afegir, a més, que les llengües més valorades com a requisit entre aquestes empreses (gràfic 9) són precisament el català (75 %), el castellà (71,3 %) i l'anglès (45,9 %).

4. Un altre dels punts del qüestionari demanava expressament si l'empresa disposa d'un registre amb els coneixements d'idiomes del personal. De manera semblant al que hem vist en l'apartat anterior, el percentatge global de les empreses que afirmen disposar d'un registre d'aquest tipus (31,2 %) es duplica en les empreses més grans (de 100 a 249 treballadors) i és molt més alt entre les que actuen a l'estranger.

Gràfic 9: Llengües més valorades coma requisit en la selecció de personal.



El català en la formació lingüística del personal

Un últim aspecte destacable de la posició del català en el multilingüisme de les empreses catalanes és l'atenció que mereix en les activitats de formació lingüística del personal.

En les empreses en què el personal ha rebut classes d'idiomes subvencionades per l'empresa o en horari laboral, que representen un 31,1 % del total, les llengües més habituals d'aquests cursos han estat l'anglès (87,7 %), el francès (17,4 %) i el català (13,8 %). A més, un 5,2 % del total d'empreses creu que el seu personal necessitarà formació en català en els propers tres anys.

A manera de conclusió

Esperem haver donat, amb aquesta petita mostra relativa al català, una idea de l'interès de les dades de l'estudi ELAN.cat sobre el multilingüisme de les empreses catalanes en general. Confiam poder aportar-ne noves informacions als lectors d'aquesta revista en edicions successives.

Pel que fa al lloc del català en les activitats de les nostres empreses, tot i la necessitat de prestar-hi una atenció més específica i aplicar-hi una gestió més sistemàtica, hem pogut comprovar que és una posició de primer ordre, i que les mateixes empreses afirmen en la seva pràctica totalitat que disposen de personal capaç de manejar el català amb desimboltura en qualsevol situació. Aquesta és una dada que cal retenir a fi que la disponibilitat lingüística en el món socioeconòmic pugui generalitzar-se en els propers anys.