

5. ANÁLISIS DAFO, CONCLUSIONES ESTRATÉGICAS, PROPUESTAS DE TRABAJO A DESARROLLAR.

5.1. *Análisis DAFO del sector de la capacitación lingüística*

En el presente apartado recogemos un ANÁLISIS DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de la actividad de capacitación lingüística para el empleo en Navarra.

FORTALEZAS

- Amplia experiencia en el sector de una parte de los proveedores.
- Estabilidad de la demanda en relación a la consolidación del tejido empresarial en la Comunidad que demanda esta actividad
- Sector muy concentrado para implantar medidas y acciones específicas.
- Presencia de entidades con experiencia en la dirección de proyectos colaborativos (Cluster, etcétera...)

DEBILIDADES

- Escasa especialización de la actividad respecto a la demanda y concentración de la misma.
- Segmentación atomizada de la demanda, entre grandes empresas y pequeñas.
- Dificultades para implementar economías de escala ante la concentración de la actividad en determinadas franjas horarias.
- Gran dificultad de los pequeños proveedores para crecer en el sector.
- Escasa cultura innovadora entre los proveedores, especialmente los más pequeños.
- Gran diversidad de proveedores con diferentes segmentos de negocio,

- Expectativas positivas en el sector respecto a la puesta en marcha del Programa Lingua Empresa.
 - Ampliación de la formación entre el tejido empresarial mediante la cuota de la subvención destinada a cubrir la formación de los trabajadores
 - Precio del servicio estable y moderado en relación a la Subvención de la Cuota.
 - Relación consolidada entre algunos proveedores y empresas - clientes.
 - Conciencia entre los responsables de las empresas de la necesidad de mejorar las competencias lingüísticas en la empresa.
 - Crecimiento de la demanda de formación en inglés.
 - Disposición Proveedores a mejorar los servicios en el proceso de capacitación lingüística.
- no vinculados a la capacitación lingüística.
- Poca presencia de la formación on - line.
 - Falta de definición de los servicios de formación on - line.
 - Concentración de la actividad en el Área Metropolitana de Pamplona.
 - Escasa capacidad de planificación de la demanda por parte del cliente.
 - Moderado nivel de facturación, en el caso de los proveedores más pequeños.
 - Diferente nivel de informatización de la actividad en los pequeños proveedores en la gestión comercial, en los RR.HH. y en la gestión del conocimiento.
 - Penetración muy matizada de la Norma de Calidad en el sector de proveedores y de prácticas de gestión avanzada.
 - Concentración de la actividad, de la oferta y demanda, en el caso del inglés.
 - Capacidad y estrategia comercial muy limitada entre los proveedores.
 - Presencia de proveedores sin página Web.
 - Preferencia de la demanda respecto al formador nativo en relación a una cierta imagen del “formador ideal”.
 - Gran concentración de la actividad durante las primeras horas de la jornada laboral (7.00 - 10.00) y, en menor medida, al mediodía.
 - Actitudes negativas de las empresas para evitar esta concentración horaria.
 - Ausencia de una entidad corporativa o de varias entidades que generen sinergias en los diferentes colectivos de proveedores.

OPORTUNIDADES

- Potencial de crecimiento del valor añadido de la actividad.
- Programa Lingua Empresa y Plan de Internacionalización de Navarra.
- Crecimiento de la demanda dentro del tejido empresarial de la Comunidad.
- Creación de unas o varias entidades corporativas para desarrollar el sector.
- Desarrollo de nuevos servicios /productos a medida de la actividad.
- Especialización de la actividad.
- Crecimiento potencial de la demanda durante los próximos años.
- Actitudes positivas respecto a la participación en proyectos colaborativos.
- Posibilidad de una mayor cualificación y especialización del profesorado.
- Mayor profesionalización del sector.
- Alianzas y acuerdos entre proveedores y empresas.

AMENAZAS

- Dinámica negativa de la evolución de la actividad durante los últimos años lo que genera pocas expectativas de transformación del mismo.
- Presencia de un contexto tradicional en la gestión de la actividad entre los diferentes agentes.
- Cierta concentración en pocos proveedores y clientes.
- Gran poder de negociación del cliente en los procesos de negociación de la demanda.
- Necesidad creciente de adaptación de las competencias de los profesionales de formación al contexto del Marco y del Portfolio.
- Alta necesidad de innovación en la relación entre empresa y proveedor.
- Creciente desregulación del sector que afecta a todos los ámbitos del mismo.
- Presencia inicial de estrategias de subcontratación en cadena de la actividad que generan un descenso significativo del valor añadido de la misma.
- Crecimiento del plurilingüismo de las generaciones más jóvenes.

5.2. Conclusiones estratégicas.

En este capítulo se presenta una síntesis de los diferentes análisis recogidos en cada uno de los apartados del Diagnóstico, cuyo objetivo fundamental ha sido estudiar y caracterizar, desde diferentes ámbitos, la actividad de capacitación lingüística en el empleo dentro de Navarra. En tal caso hemos pretendido explorar y conocer la posición de los diversos agentes del sector, respecto a la oferta y demanda, en relación a los procesos que forman parte de la actividad en el marco del tejido empresarial de la Comunidad. Para ello planteamos una metodología de doble perspectiva, cualitativa y cuantitativa, donde realizamos entrevistas personalizadas y grupos de diagnóstico, en el caso de la fase cualitativa y cuatro encuestas, en el fase cuantitativa, dirigidas a los diferentes actores de la actividad: academias, profesionales autónomos y formadores/as y empresas que demandan esta actividad en Navarra.

A continuación se presentan las conclusiones más significativas, de manera un tanto esquemática, sin reproducir la totalidad de los argumentos recogidos en cada uno de los apartados. En cualquier caso se puede volver a los mismos para comprender, *in extenso*, las diferentes conclusiones recogidas. Conclusiones que nos permiten estratégicamente, en función del propio Análisis de Perspectiva DAFO del sector ya realizado, apuntar una serie de líneas y medidas para mejorar la actividad de capacitación lingüística para el empleo en Navarra, dentro del Programa Lingua Empresa.

1. DELIMITACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL EN NAVARRA Y DEL SISTEMA DE FORMACIÓN EN EL EMPLEO.

En un primer momento hemos definido la evolución del tejido empresarial de la Comunidad y de las diferencias habidas en la misma a consecuencia de los cambios laborales, productivos y económicos ocurridos en la última década, pues en la estructura empresarial se genera tanto la demanda de esta actividad como las sinergias derivadas de la misma. De tal modo que la transformación del modelo de capacitación lingüística generará estrategias más competitivas, en diferentes niveles, en las empresas de Navarra. Por ello en el Diagnóstico tratamos de presentar el contexto empresarial de la Comunidad y la presencia en el mismo de la Formación en el Empleo a partir de un sucinto análisis de la información disponible en la Fundación Tripartita.

- 1.1. En Navarra existen en 2008 más de 40.000 empresas (43.142), según el Directorio Central de Empresas, de las cuales, más de la mitad (53%) son empresarias/os sin trabajadoras/es así como un 40% no superan las/os 9 trabajadoras/es. En cambio, 2.500 empresas tienen entre 10 y 50 trabajadoras/es, proporción que va decreciendo a medida que aumenta el tamaño empresarial. A esta segmentación empresarial, según el propio tamaño de las empresas, se une una cierta diversidad de la propia estructura, donde actividades tradicionales (comercio, construcción, diferentes actividades empresariales, automoción, etcétera) conviven con empresas innovadoras de base tecnológica (EIBTs).

- 1.2. La innovación en los procesos tecnológicos, en la gestión de la actividad y del capital humano han permitido, en general, a las empresas de la Comunidad incrementar, progresivamente, el valor de las exportaciones. Si durante el año 1997, según la Cámara de Industria y Comercio, las exportaciones generaron 3.400.302€, esta cantidad ha crecido hasta los 5.5 millones de euros en 2008. En este contexto se inscribe el proceso de capacitación lingüística en el empleo en relación al crecimiento de las exportaciones, y de los mercados emergentes así como a la presencia de empresas de la Comunidad en otros países, dentro de procesos de expansión además del propio acceso a diferentes procesos de innovación y conocimiento de los diversos colectivos de trabajadoras/es en Navarra que mejorarían, sin duda, la competitividad de las empresas de la Comunidad.

- 1.3. La mayor parte de la Formación (75%), en general, organizada y gestionada en el año 2007, en la Comunidad ha sido Formación de Demanda, según la propia denominación de la Fundación Tripartita, es decir, aquella formación que gestionan las empresas. La penetración de las TIC en la formación realizada en la Comunidad es todavía matizada, como luego comprobaremos en el proceso de capacitación lingüística, pues apenas un 12% de la misma se hizo de manera combinada con formación presencial, a distancia, en un 5% y de teleformación, en otro 5,5%. Como tendencia, además, la presencia de empresas de 6 a 49 trabajadoras/es en formación continua ha sido superior en Navarra respecto a la media nacional, al contrario que la presencia más deficitaria de la empresas de 1 a 5 trabajadoras/es. Por otra parte, casi tres cuartas partes de la formación realizada (74%), durante el 2007, ha tenido un nivel medio - superior (respecto al nivel básico), frente al 59% de la media nacional, y el tipo de contenidos han sido de carácter genérico en un 64%, superando, ampliamente, de nuevo, a la medida nacional. Por tanto, la formación en general en el colectivo de empresas, de uno a cinco trabajadoras/es, es todavía deficitaria.

- 1.4. Respecto a la formación en idiomas contamos, únicamente, con algunos datos de la propia Fundación Tripartita para el año 2007 que se presentan, de manera general, junto a otros contenidos. Según esta información el contenido formativo más realizado por las/os trabajadoras/es en la Comunidad ha sido la formación en inglés, en un 10% del total de formación continua, cuyo porcentaje dobla a la media nacional. Tras el inglés, la Prevención de Riesgos Laborales (PRL) fue la segunda actividad formativa más demandada (9,5%). En la formación lingüística en inglés, únicamente, la presencia de trabajadoras/es se ha evaluado según el propio nivel profesional. Además se observa como esta formación está orientada, mayormente, al personal técnico (43,2%) y a las/os trabajadoras/es cualificadas/os (31%), antes que a los mandos intermedios (13,7%), a las/os directivas/os (8,6 %) o a las/os trabajadoras/es no cualificadas/os (3,6%).

En tal caso, según lo afirmado debemos trabajar estratégicamente:

- ⇒ Mayor presencia de las empresas de 1 a 5 trabajadoras/es en el Sistema de Formación en el Empleo y, por extensión, en el ámbito de la capacitación lingüística para el empleo.
- ⇒ Facilitar el acceso de las/os trabajadoras/es no cualificadas/os a la formación en general, y a la formación en inglés, según la propia Fundación Tripartita, en particular.

2. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA EN EL EMPLEO

En el presente apartado presentamos una síntesis de la caracterización de la actividad y de los diferentes procesos de la misma en el ámbito de la oferta, es decir, del conjunto de proveedores que en el contexto de la Comunidad, en régimen de competencia, se dedican a la capacitación lingüística en el empleo.

PROVEEDORES DE IDIOMAS

INTRODUCCIÓN

- **2.1.** Dentro de este sector, en régimen de competencia, teniendo en cuenta la singularidad de la actividad en el contexto de la formación, conviven diversas empresas, agentes y entidades dedicadas, en mayor o menor medida, a ofrecer servicios de formación lingüística tanto en la empresa como en otros sectores. En tal caso, en primer lugar, encontramos Empresas o Academias Privadas que se dedican, en exclusividad a la formación lingüística y representan el principal colectivo profesional. Profesionales Autónomas/os que, a través de diferentes vías, ofrecen formación a empresas y a trabajadoras/es, además de a otros colectivos. Centros de Formación y Entidades Corporativas que, entre su amplia carta de servicios, realizan actividades de capacitación lingüística. El Centro Navarro de Autoaprendizaje de Idiomas refleja la presencia de la Administración en el propio sector de la formación en idiomas, si bien no tanto en el caso de la actividad de capacitación lingüística. Además de los señalados, en la Escuela Oficial de Idiomas, en los Servicios de Idiomas de ambas Universidades y en la amplia oferta de cursos de idiomas a distancia encontramos otras posibilidades para aprender un idioma en Navarra. En general, la configuración de la oferta refleja la complejidad del sector y una cierta falta de regulación del mismo.

CONFIGURACIÓN DE LA OFERTA

- **2.2.** La pluralidad de agentes en el ámbito de la formación en idiomas, en general, supone una mayor competencia para las academias y profesionales autónomas/os que se dedican, únicamente, a la formación lingüística en diferentes segmentos del mercado. Por su parte, en el caso más específico de la actividad de capacitación

lingüística en el empleo y de la Formación In Company, la especial caracterización de la misma, respecto a las demandas de las empresas, en relación a los horarios, a la estacionalidad, a los presupuestos o al desplazamiento, entre otros, no permite a las academias, especialmente, implementar economías de escala para mejorar los rendimientos de la actividad. De la misma manera las academias más pequeñas y las/os profesionales autónomas/os tienen graves problemas para aumentar su volumen de actividad, es decir, su cartera de clientes, debido a que el crecimiento supone una inversión en recursos (personal, medios tecnológicos, etcétera) que no pueden realizar.

CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL SECTOR DE ACADEMIAS DE IDIOMAS

Nº DE ACADEMIAS

- **2.3.** Tanto las academias como las/os profesionales autónomas/os, los principales agentes empresariales en la propia configuración de la oferta, se dedican únicamente a la formación lingüística, en general, de la Comunidad Foral. En la misma se contabilizan alrededor de 50 academias de idiomas, entre las cuales, 26 trabajan en el ámbito, con mayor o menor resultados, de la formación lingüística en el empleo. La mayor o menor presencia en el ámbito de la capacitación lingüística depende de la estrategia de cada academia.

TAMAÑO EMPRESARIAL

- **2.4.** Más de la mitad (60%) de las academias de las 26 academias que han sido consultadas en la encuesta realizado, no superan las/os cinco trabajadoras/es. Es decir, 15 academias no tienen más de cinco trabajadoras/es, otras cuatro, entre 6 y 10, y en las seis restantes las/os trabajadoras/es superan, como mínimo, la decena. Existen, únicamente, 3 academias con más de 20 trabajadoras/es. La plantilla media es de 9 trabajadoras/es dentro de un sistema muy tradicional de gestión de la actividad según la propia división funcional de las mismas. Únicamente en las academias más grandes la división funcional de la actividad se realiza según departamentos o bien con personal específico. En las pequeñas, la mayoría del sector, las/os profesionales, a menudo propietarias/os, realizan diferentes funciones, desde la formación a la gestión o comercialización de los servicios. En general los procesos de trabajo en el sector son tradicionales, relacionados con las competencias y recursos de cada academia.

TERRITORIO

- **2.5.** En el territorio se concentran en el Área Metropolitana de Pamplona (65%) y existen algunas otras en las zonas más pobladas, donde la presencia de una incipiente estructura empresarial es significativa, como es el caso de la Ribera Alta, de Tudela o de Tierra Estella. El 40% de las mismas llevan en el sector, al menos, desde el año 1995 y un 28%, comenzaron su trayectoria durante el 2001. La media de antigüedad de estas empresas, en relación al propio servicio que realizan, alcanza los once años, lo que nos permite ya reconocer a un colectivo de empresas con una cierta experiencia en el sector, teniendo en cuenta la singularidad del mismo en el propio contexto de la capacitación lingüística en el empleo.

FACTURACIÓN

- **2.6.** El volumen de facturación del sector de las academias refleja las diferencias habidas y el tamaño de las mismas en relación a los rendimientos de la actividad. El 55% no superan los 100.000 euros anuales así como otro 25%, se sitúan entre los 100.000 y los 250.000. Sólo una academia factura más de un millón de euros. El 90% de las empresas más pequeñas facturan menos de 100.00 euros. Las que tienen entre 6 y 10 trabajadoras/es, su facturación es de entre 100.000 y 250.000 euros. Y las que ya superan las/os 10 trabajadoras/es tienen una facturación mayor. Esta facturación proviene de dos servicios, fundamentalmente: el 43% de la formación a estudiantes y el 33% de la actividad de capacitación lingüística para el empleo. Por tanto, un tercio de la facturación, como tendencia, procede de esta actividad. Si bien, algunas academias están más especializadas en la formación a empresas, como hemos visto, en relación al tamaño de las mismas. En las academias grandes esta actividad representa más de la mitad de la facturación, frente a la menor presencia de la misma en las academias más pequeñas, especialmente las que no superan las/os 5 trabajadoras/es.

SERVICIOS EN IDIOMAS

- **2.7.** Las 26 academias que han participado en la encuesta se dedican, con más o menos intensidad, a la formación en inglés. Más de la mitad (56%) a francés, un tercio a alemán y el 28%, a castellano para extranjeras/os. El 83% del nivel de facturación procede del inglés, como media, dentro de este colectivo. Nos encontramos, por tanto, con la siguiente estructura en función del idioma: 11 academias sólo se dedican a inglés, 7 combinan inglés y francés, 7 combinan inglés, francés y alemán y

1, inglés, alemán y castellano. El inglés es la lengua principal entre las academias en relación a la propia demanda de las empresas, dado que el 92% de las empresas que realizan formación lo hacen en inglés. Como vemos el sector se estructura, estratégicamente, sobre el inglés, como principal eje de los servicios de la presente actividad.

SISTEMA DE COMPETENCIA

- **2.8.** El sistema de competencia refleja la evolución del sector durante la última década en relación a las propias estrategias que han seguido las academias para ir captando clientes entre las empresas. La falta de una cierta regulación y de un “código deontológico” han acabado por generar un sistema donde la competencia se asocia al precio, dentro de un modelo de relación con el cliente, asociado con el escaso poder de negociación de estas academias. El precio y la aceptación de las demandas del cliente, más allá de cualquier otro tipo de factores, son las cuestiones sobre las que se ha ido construyendo la competencia en el mercado. Para más de la mitad de las academias (60%), en cualquier caso, la competencia está representada por otras academias y, en menor medida, por las/os profesionales autónomas/os, en un 40% de los casos.

PROCESOS EN LA GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD

- **2.9.** La gestión de la actividad se inscribe en los propios procesos de trabajo según el grado o nivel de estandarización de los mismos. En general, en las academias más grandes los planes de gestión, de calidad y la informatización son procesos plenamente integrados. Entre las pequeñas y las más pequeñas los planes de gestión y la propia estrategia empresarial son cuestiones que se van adaptando a la propia evolución de la actividad. En general, la contabilidad y la gestión de las/os clientes son los dos procesos que están más informatizados. Por el contrario la gestión comercial, los recursos humanos y la gestión del conocimiento tienen un nivel de informatización muy bajo, especialmente en las empresas más pequeñas. La mitad de las academias tienen planes estratégicos para los próximos años y únicamente tres, poseen una Norma de Calidad Certificada (ISO 9001). El 30% (empresas de 1 a 5 trabajadoras/es) no tienen página Web y únicamente en un 13% se utiliza para el proceso de formación.

GESTIÓN RR. HH.

- **2.10.** La gestión del capital humano, de las/os formadoras/es, principalmente, se define como uno de los grandes problemas en la propia gestión de la actividad. Pues así la falta de profesionales cualificadas/os, en relación a las propias condiciones laborales, refleja la tendencia respecto a la menor calidad del servicio, de su valor añadido, que ya parecen conocer y aceptar las empresas - clientes. Para aumentar el valor añadido de la actividad es necesario, imprescindible, contar con un colectivo más amplio de profesionales cualificadas/os en el ámbito de la capacitación lingüística en el empleo. Esta carencia refleja las preferencias de las empresas o clientes por recibir formación con formadoras/es nativas/os. En el 67% de las academias, las empresas prefieren formadoras/es nativas/os. Si bien esta tendencia es consecuencia de una cierta imagen social, es decir, de una representación del formador o formadora ideal, más que una preferencia relacionada con un análisis de la formación que se demanda. En tal caso, la presencia de un formador/a nativo/a no siempre garantiza una formación de mayor calidad, si bien la satisfacción del cliente se antepone, en referencia a lo visto, a cualquier otro factor. Los motivos fundamentales que esgrimen las academias respecto a esta preferencia son dos: la pronunciación y el conocimiento del idioma. Se dan otros con menor presencia: la falta de conocimiento del cliente y una estrategia de marketing. Por otra parte, hemos tratado de averiguar los motivos por los cuales las/os formadoras/es abandonan la actividad en las academias. Entre estos motivos, según las academias, el cambio de empresa o de academia y el cambio de ciudad de residencia o país son los más destacados. La rotación de formadoras/es, respecto a la propia imagen que se ofrece a las/os clientes, es también un factor significativo, especialmente, a nivel cualitativo que resta calidad al servicio.

DESCRIPCION DE LA JORNADA DE TRABAJO

- **2.11.** La jornada semanal más común entre las/os formadoras/es, según la información obtenida en la mayor parte de las academias (71%), es de 20 horas semanales, inferior al de otras muchas actividades. La retribución se recibe, únicamente, en función de las horas de formación realizadas. Además de las horas dedicadas a formación, a las propias clases, queremos decir, se necesita preparar las mismas. En general, para realizar 20 horas de formación, las/os formadoras/es, según las academias, utilizan, como media, unas siete horas, es decir, casi una jornada diaria. Entre las academias, el volumen de contratación más utilizado es la modalidad temporal, ya que casi la mitad, como media (48%), de las/os formadoras/es

desarrollan su actividad bajo este tipo de contratación. La contratación indefinida alcanza el 29% y la fija - discontinua un 18%. La contratación fija y fija discontinua es mayor cuanto más grande es la academia.

PROYECTOS DE COLABORACIÓN Y ASOCIACIONISMO

- **2.12.** Los procesos de colaboración y el asociacionismo en el sector representan estrategias para generar sinergias presentes en diferentes ámbitos mediante, por ejemplo, la puesta en marcha de un Cluster de la actividad. En general, la presencia actual en proyectos colaborativos no tiene repercusión estratégica en el sector, ya que es mínima. Si bien esta presencia muy matizada no genera actitudes negativas hacia futuros proyectos de colaboración, bien al contrario, las expectativas son positivas respecto a un, por ejemplo, Proyecto de Cluster de la Actividad y, en especial, a la creación de una Asociación corporativa que represente a las propias academias y genere sinergias entre las mismas. En definitiva las expectativas de las academias, en torno a la asociación, se centran en desarrollar una mayor regulación y desarrollo del sector. El consenso es generalizado a este respecto, puesto que el 86% así lo proponen. La mayoría de las academias no han participado en ningún tipo de asociación, foro o entidad relativa al sector. Hasta ahora, como decimos, la participación de las academias en proyectos de colaboración ha sido matizado, alrededor de un 47% de las mismas afirman haberlo hecho en un proyecto de semejantes características con academias u otras empresas del sector y con empresas clientes, en mayor medida, colaboración que desciende en el caso de las universidades, consultorías y entidades públicas, donde se debe impulsar la misma. La gran mayoría se muestran dispuestas a colaborar con la administración (90%) y con otras academias (85%), como hemos reflejado en el caso de la asociación, además de con universidades y centros de innovación. Estas actitudes generan también un alto consenso en el caso de la colaboración con entidades del sector (71%) y con otros agentes sociales (75%).

CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA EN EL EMPLEO ACADEMIAS.

SERVICIOS

- **2.13.** Las academias, según la información recogida, realizan en el ámbito de la capacitación lingüística en el empleo dos tipos de actividades principalmente: la formación presencial en la empresa (Formación In Company) y la formación presencial en las instalaciones de la propia academia. Ambos servicios son realizados por el 91% de las academias consultadas. Apenas un 18% diseñan y realizan formación on - line en la empresa, si bien este tipo de formación representa, en el mayor de los casos, el 5% de la facturación total en el caso de tres academias. El resto, 19 academias, es decir, la mayoría no facturan ningún servicio relativo a la formación on - line. Por último, son las academias más grandes, a partir de 11 trabajadoras/es, las que realizan únicamente formación on - line dentro de la actividad de capacitación lingüística.

HORARIO - HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN SEMANA Y FACTURACIÓN POR HORA

- **2.14.** El principal horario donde se concentra la actividad para el 67% de las academias, es a primera hora de la mañana, al comienzo de la jornada laboral en el tramo horario de las 7.00 a las 10.00 de la mañana. En menor medida, los dos tramos siguientes con un mayor nivel de concentración son, respectivamente, el mediodía (13.00 a 16.00 de la tarde), para el 53% de las academias, y la tarde, de 16.00 a 19.00, en el caso del 50% de las mismas. A esta mayor concentración horaria, a primera hora de la mañana, se asocia al número de horas semanales de formación. El 67% de las academias realizan entre 3,5 y 4 horas de formación a la semana por empresa y grupo y el resto, 3 horas. Por último, la facturación por hora de formación se sitúa, según las respuestas, entre 26 y 35 euros, en el caso de la mayor parte de las empresas, el 57% de las mismas. Un 9% lo hacen entre 25 y 34 € y 14% elevan su facturación por hora hasta los 36 a 45 €, la cantidad más alta, sin duda.

MCER Y PEL

- **2.15.** El conocimiento del Marco Común Europeo (MCER) es superior (72%) al del Portfolio (58%) entre las academias. Las expectativas respecto de la aplicación, dentro del grupo de academias que conocen tales herramientas, son parecidas. El 40% piensan en su aplicación de manera favorable, si bien en la dinámica de grupo, el

discurso respecto a la aplicación de una y otra herramienta es más compleja. Para las academias existen diferencias significativas a la hora de aplicar estos principios en los diferentes ámbitos de formación.

PROCESOS EN LA ACTIVIDAD DE CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA

- **2.16.** El 95% de las academias afirman realizar pruebas de nivel para valorar, especialmente, el conocimiento general del alumnado y el nivel de conocimiento acerca de la gramática y la capacidad de conversación, en menor medida, se evalúan los objetivos profesionales (75%). Esta actividad, en cualquier caso, se incluye dentro del servicio, o así lo estiman las empresas - clientes, por lo que su diseño y realización, en el contexto de la empresa, supone, más que todo, un cierto conocimiento del formador o formadora sobre el alumnado. Por lo general, esta actividad la realiza el propio formador/a y no se conceptualiza como un servicio diferente al de la formación, a la de las propias clases. Lo mismo ocurre con el proceso de seguimiento. La gran mayoría de las academias realizan el mismo según un sistema específico (87%) que se concreta, en la propia práctica, en ciertas pruebas escritas al final del curso, si cuentan con la propia aceptación del alumnado. De la misma manera forman parte del servicio de formación y su eficacia en la actualidad depende de cada academia y de las/os profesionales que la realizan, además del tipo de cliente y de la continuidad del mismo. Además en el 72% de las mismas las/os formadoras/es disponen de cuentas de correo electrónico y en un 60% de ordenadores portátiles para realizar las clases. En menores casos, el 50%, Internet se utiliza para realizar la clase. Por otra parte los sistemas multimedia, después del auge en última década de los noventa, parece ser un recurso escasamente utilizado por las academias para la capacitación lingüística. Las herramientas y los medios se orientan a la propia motivación del alumnado en la clase. Las respuestas delimitan dos colectivos, es decir, una cierta segmentación entre las/os motivados (52%) y las/os menos motivadas/os (48%). Situación muy relacionada, en tal caso, con los propios objetivos profesionales y la propia dinámica de la clase en relación al propio formador o formadora. Por último, el 67% estiman que esta actividad puede ser más eficaz si el alumno/a la realiza fuera de su entorno de trabajo.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA Y NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

- **2.17.** En el marco del actual proceso de “recensión económica” y de transformación productiva las expectativas de crecimiento de las academias parecen reflejar, en buena medida, esta situación. El 40% no se plantean crecer en los próximos tres años. así como otro 40% piensan que su crecimiento va a ser mínimo, entre el 1 y el 5%. Este crecimiento puede asociarse a una mayor diversificación de la actividad. El 43% así lo estiman en relación a nuevos productos y servicios, y especialmente hacia nuevos servicios. Para diversificar la actividad, es decir, para poner marcha nuevos servicios y productos necesitan, recursos económicos (57%), tiempo y personal más específico (57%), principales demandas en el sector.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

- **2.18.** En el 90% de los casos las estrategias comerciales se reducen a esta situación, ante la falta de un plan comercial específico o de formación en tal ámbito. La actividad comercial de las academias se inscribe dentro del propio contexto de relación con la demanda, donde destacan las debilidades de las mismas. Debilidades como la falta de regulación del mercado, la principal según las respuestas, y el aumento de los costes y la ausencia de planificación del cliente, en menor medida.

IMAGEN INTERVENCIÓN INSTITUCIONAL

- **2.19.** Las actitudes respecto a la propia intervención de la Administración en el ámbito de la capacitación lingüística para el empleo, mediante el diseño de medidas específicas, son positivas debido a la dinámica del sector. Entre las medidas con mayor consenso se encuentra un mayor número de incentivos y desgravaciones relacionadas con la formación lingüística en el empleo y un mayor asesoramiento a las empresas para la gestión de esta actividad lo que facilitaría, sin duda, el crecimiento de la demanda entre las empresas. Con menos consenso, aunque significativo, se han valorado los programas de sensibilización dirigido a las empresas - clientes y la promoción de la conocimiento y la innovación en el sector. Del lado de la demanda es necesario trabajar con las empresas clientes, para que mejoren y profesionalicen, en mayor medida, la gestión de la formación en el empleo, y de la formación en idiomas en particular, además de fomentar la misma con mayores desgravaciones, en relación también a un mejor asesoramiento del sistema de Formación, todavía desconocido entre algunos colectivos de empresas.

CARACTERIZACIÓN DE LAS/OS PROFESIONALES AUTÓNOMAS/OS

Además de las academias, el colectivo de profesionales autónomas/os realiza su actividad, en régimen de competencia, en el ámbito de la formación lingüística en general y de la capacitación lingüística para el empleo en particular. Ahora bien, dos factores - de diferente naturaleza - definen la posición estructural de este colectivo. Por un lado, su invisibilidad como grupo profesional que desarrolla una actividad en un mercado más o menos regulado, dentro de la propia Comunidad. Esta invisibilidad no nos ha permitido estudiar y conocer, más pormenorizadamente, los diferentes perfiles o tipologías de profesionales autónomas/os. Algunos de estas/os profesionales disponen, en menor medida, de un espacio para realizar la actividad o bien adaptan un lugar específico en la propia vivienda, si su actividad lo requiere. Cuando no es así, la formación la realizan en las instalaciones de las/os clientes, ya sea empresas o particulares. Por otro lado, a diferencia de las academias, estas/os profesionales despliegan estrategias diversas para realizar esta actividad en el mercado a partir de dos vías.

1. Se ofrecen directamente a las empresas clientes, realizando el servicio de manera directa.
2. Se ofrecen a las academias y realizan el servicio a través de las mismas.

Su posición es, en este sentido, un tanto ambivalente. Representa una competencia, que las academias califican en cierta medida, como “*desleal*”, pero también un recurso ante la más que evidente carencia de profesionales cualificadas/os. En este sentido podemos diferenciar tres tipologías o perfiles de profesionales autónomas/os, según la posición en el proceso de gestión y mediación de esta actividad.

1. Profesionales Autónomas/os que trabajan directamente para empresas, sin recurrir a las academias.
2. Profesionales Autónomas/os que desarrollan su actividad, dentro de la capacitación lingüística, en academias y en empresas - clientes, indistintamente.
3. Profesionales autónomas/os, caracterizadas/os como “*dependientes*”, puesto que su volumen de trabajo se desarrolla en una academia o centro de formación específica.

Por otra parte la investigación en el caso del colectivo de profesionales autónomas/os se plantea como una primera aproximación al sector debido a la propia “invisibilidad” del colectivo.

PERFIL SOCIO PROFESIONAL

- **2.20.** La identificación respecto a la actividad y la motivación para realizar la misma, en el ámbito de la formación en la empresa, son factores significativos en el colectivo en la medida en que permiten mejorar la eficacia y calidad del proceso de aprendizaje. Calidad y eficacia asociadas, en este caso, a la cualificación profesional, a la experiencia y al propio perfil profesional en el colectivo de profesionales autónomas/os. Desde un punto de vista sociodemográfico, la mayoría son mujeres (75%) y no han superado los 35 años, el 57% de las/os profesionales consultadas/os. Mayoritariamente, desarrollan su actividad en el Área Metropolitana de Pamplona y proceden de diversas culturas lingüísticas: Alemania, Austria, Inglaterra, Irlanda o Francia.

FACTURACIÓN Y SERVICIOS

- **2.21.** Pese a no tener, ni mucho menos, la estructura empresarial de las academias, es necesario conocer la situación económica del mismo. La mayor parte de este colectivo (70%) facturan entre 15.000 y 25.000 euros. Esta facturación se reparte, como media, entre la formación presencial (50%), la traducción e interpretación (23%) y la formación a estudiantes (20%), a diferencia de las academias, donde los servicios de traducción e interpretación, en referencia a los valores medios, tienen menos presencia (9%). El 80% de los mismos ofrecen formación en inglés, en alemán (60%) y en francés (30%), en menor medida. Así, el 40 % lo hacen en alemán e inglés, de manera combinada, y el 30% únicamente en inglés. El resto trabajan o bien con los tres idiomas, de manera minoritaria, o únicamente con el francés. Diferentes idiomas que se reflejan en la facturación del colectivo, desde un punto de vista general. El 63% corresponde al inglés, el 26% al alemán, mientras que el francés supone el 13%. La presencia del alemán es más significativa entre estas/os profesionales, como tendencia, respecto a las academias. Todas/os las/os autónomas/os entrevistadas/os realizan formación presencial en la empresa, Formación In Company. Además un 40% la realizan, también, en su centro de trabajo, que puede ser una academia, para la cual trabajan o en instalaciones propias, más o menos “regularizadas” según el caso. Por último la mitad de las/os mismas/os realizan, también, servicios de traducción e interpretación. La formación on - line no tiene casi presencia en el colectivo, a excepción de algún caso aislado. Solo un 30% tienen página Web lo que dificulta enormemente su promoción en el sector.

COMPETENCIA

- **2.22.** La posición en el sistema de competencia se asocia, dentro de este colectivo, a factores individuales como la experiencia, las redes sociales y profesionales desplegadas o los recursos disponibles. En general, por tanto, el colectivo se define por su bajo poder de negociación respecto a las empresas - clientes, por un lado, y a las academias, por otro, a las cuales también se ofrecen, como sabemos. Desde el punto de vista de las respuestas, tanto otras/os profesionales autónomas/os como las academias representan los principales actores en la competencia, además de los centros de formación abiertos, que en algunos casos se asocian a la administración, según la propia percepción del sector.

GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD

- **2.23.** Como ya definimos a lo largo del informe, en el caso de las academias los horarios representan uno de los principales problemas del sector ya que la concentración en determinadas franjas no permite a estas/os profesionales aumentar su volumen de facturación. Esta concentración se manifiesta especialmente al comenzar la jornada laboral, de 7.00 a 10.00, dado que el 70% de las/os profesionales consultadas/os así lo afirman. Después de esta franja horaria la demanda se vuelve a concentrar en dos tramos: el primero, al terminar la jornada laboral, después de las 19.00 y entre las 16.00 y las 19.00. Por otra parte, el volumen de horas semanales respecto a cada cliente se precisa, en la mitad de las/os profesionales autónomas/os consultadas/os en la encuesta, en tres o dos horas, en el 30% de los casos, aumenta hasta la 3,5 - 4 horas según semana, proporción que en el caso de las academias alcanzan al 66% del colectivo. Esta actividad, como media, se realiza en cuatro empresas que suponen unas/os 25 trabajadoras/es. Por otro lado, la facturación más común por hora, según las respuestas, se sitúa entre 26 y 35 €. La mitad (50%) de estas/os profesionales, como tendencia, realizan su actividad por cuenta propia a través de academias, donde la facturación según hora es menor tal y como lo expresa el 40% al percibir una remuneración entre 15 - 25 €. Por último la mayoría de las/os mismas/os para realizar esta actividad no cuenta con ningún tipo de ayuda o colaboración.

MCER Y PEL

- **2.24.** El nivel de conocimiento del Marco y del Portfolio, dentro de este colectivo, es significativo, al contrario que su aplicación en tal actividad, dada la propia

singularidad de la misma. Hasta ahora, ambos modelos no son una referencia para este colectivo en relación también a las propias formas y metodologías, relacionadas con la cualificación y la experiencia, en especial, utilizadas a la hora de realizar la formación. Entre estas/os profesionales predomina, como tendencia, la individualización de los métodos de aprendizaje, asociada a la organización de las clases, de los materiales que utilizan, así como de cualquier otro aspecto relacionado con tal actividad.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

- **2.25.** Las estrategias comerciales de estas/os profesionales en el sector son informales ya que no están diseñadas, en general, de manera específica, de acuerdo a un plan ya diseñado sino que responde a un proceso más abierto, el cual se va adaptando a la situación del momento y a la propia demanda de trabajo. El principal recurso, en tal caso, es la información que ofrece la propia red social y profesional de cada profesional. Por ello, al igual que otras actividades, la gestión de la misma es una cuestión personal, muy individualizada, vinculada a los conocimientos, a la experiencia y a los recursos.

PROCESOS EN LA ACTIVIDAD DE CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA

- **2.26.** Las pruebas de nivel y de evaluación también forman parte de la gestión de la actividad en los procesos de capacitación lingüística en el caso de estas/os profesionales autónomas/os. Ahora bien, la calidad y eficacia de las mismas se debe asociar tanto al interés de la empresa - cliente como a la propia manera de gestionar la misma por parte del profesional según los conocimientos y la experiencia de cada una/o de las/os mismas/os. En cualquier caso el 80% realizan pruebas de seguimiento para valorar, especialmente, los objetivos profesionales, el conocimiento general del idioma y las habilidades de conversación. Por su parte, el 87% examinan a través de diferentes pruebas de conocimiento, más o menos formales, la evolución en el aprendizaje del alumnado, siempre más complicada en el caso del idioma. En otro orden, hemos visto como la presencia de ciertas herramientas tecnológicas como los ordenadores portátiles, por un lado, o Internet y cuentas de correo electrónico, por otro, están menos avanzadas en el caso de estas/os profesionales respecto a las academias, bien por la falta de recursos o bien por la falta de conocimientos. Por último la valoración de la motivación del alumnado es ligeramente más negativa entre estas/os profesionales debido a las propias expectativas acerca de la formación.

COLABORACIÓN Y ASOCIACIONISMO

- **2.27.** La presencia de autónomas/os en proyectos de colaboración es inexistente en relación a su propia posición, como colectivo profesional, y a los recursos disponibles que son capaces de movilizar. En tal caso, además de estos otros, las expectativas respecto al hecho de formar una asociación con otras/os profesionales son positivas.

IMAGEN COMO COLECTIVO PROFESIONAL

- **2.28.** La autovaloración del colectivo es muy positiva, en relación a factores individuales de cada una/o de estas/os profesionales, tales como la experiencia, la cualificación o la forma de realizar la actividad. Si bien, esta autovaloración está expuesta a las propias diferencias habidas dentro del colectivo, a su heterogeneidad, debido a la presencia de diversos grupos, lo que afecta, de manera negativa, a la imagen profesional del mismo. En cualquier caso, respecto a las empresas y a las/os alumnas/os, las autovaloraciones que realizan en la encuesta son muy positivas, mostrando un nivel de autosatisfacción muy positivo. En cuanto a los aspectos mejor valorados por las empresas, a juicio de estas/os profesionales, respecto a su gestión de la actividad destacan dos, respectivamente: el precio del servicio y la adaptación al horario de la empresa.

IMAGEN INTERVENCIÓN INSTITUCIONAL

- **2.29.** Los programas de sensibilización de las/os clientes es la medida que más consenso generan entre estas/os profesionales (90%), antes que otras medidas como las relativas a mejorar la gestión de las subvenciones o las desgravaciones específicas para formación en idiomas. Entre las nuevas oportunidades de negocio en un contexto de transformación del sector se aprecian, especialmente, los cursos intensivos y los planes específicos de formación en idiomas en la empresa.

CARACTERIZACIÓN DE LAS/OS FORMADORAS/ES

En el presente Diagnóstico, en el caso de la oferta, nos hemos tratado de aproximar, por otra parte, al colectivo de formadoras/es que se dedican a esta actividad, a la capacitación lingüística para el empleo en el empleo, a través de las academias, es decir, dependen de las academias a la hora de realizar su trabajo, al estar contratadas por cualquiera de las que existen. Este colectivo es el agente principal en el proceso de mediación entre la empresa y el proveedor/a. En buena medida la imagen del proveedor y la satisfacción respecto del

mismo depende de la labor que realizan estos formadores/as, ya que son un factor muy significativo en la mediación de la actividad. En la Comunidad Foral la estimación de formadoras/es dedicadas/os, entre otras actividades, a formación lingüística en el empleo oscila entre las/os 170 y 200 profesionales. Por ello nuestra encuesta ha tratado de recoger una imagen del mismo mediante la realización de 57 entrevistas. Con ello aspiramos a reproducir los diversos factores y procesos donde se inscriben la labor de estas/os profesionales.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y ORIGEN NACIONAL

- **2.30.** La feminización de este colectivo es una característica fundamental del mismo, al igual que ocurre en el colectivo de profesionales autónomos/as. Tres cuartas partes de la muestra son mujeres, tendencia que se reproduce también entre las/os profesionales autónomas/os. Por su parte, el 41,5% tienen entre 36 y 45 años, el colectivo más significativo desde el punto de vista de la edad, a diferencia de las/os más jóvenes (35,8%) y de las/os más maduras/os - las/os que ya han cumplido los 45 años - suponen el 20%. El 57% de las/os que han participado en la encuesta están casadas/os, frente al menor número de solteras/os. Entre las casadas la presencia de mujeres, como tendencia, es más significativa. Los hombres, desde un punto de vista proporcional, reflejan una mayor soltería que las mujeres. La mitad de las/os formadores tienen hijas/os y entre las mujeres es más común esta posibilidad. El 45% del colectivo, presente en la encuesta, han nacido fuera del país, fundamentalmente, en países de lengua inglesa o de presencia de la misma en el sistema escolar. El 37% proceden de Inglaterra y el 15% de Francia, los dos orígenes más comunes. En el resto la diversidad nacional y cultural predomina ya que encontramos irlandesas/es, norteamericanas/os o alemanas/es. Por último, el 55% estiman que no se siente menos valoradas/os en el sector por el hecho de no ser nativas/os.

PERFIL SOCIOPROFESIONAL: TRAYECTORIA SOCIAL Y CUALIFICACION

- **2.31.** En las trayectorias vitales de este colectivo se reflejan ciertos factores de la propia actividad. Alrededor de un tercio de las/os que han participado en la encuesta (34%) han residido fuera de la Comunidad. La gran mayoría de las/os formadoras/es no autóctonas/os (80%), por su parte, se instalan en Navarra sin residir antes en ninguna otra comunidad, es decir, ésta es su primera experiencia profesional en el país. Por su parte, la gran mayoría de las/os autóctonas/os han residido fuera de la Comunidad a lo largo de una etapa relacionada con el proceso de formación, en gran medida. El 78% de estas/os formadoras/es tienen formación superior, ahora bien, de

las/os mismas/os, alrededor de un tercio (33%) tienen, únicamente, una titulación relacionada con la actividad.

TRAYECTORIA PROFESIONAL: ACTIVIDAD, MEDIOS Y RELACIÓN LABORAL

- **2.32.** La trayectoria profesional se proyecta sobre las diversas etapas y cambios vitales ocurridos en la evolución de la misma. Así, el 66% de las/os formadoras/es, en la actualidad, superan los dos años en el actual centro de trabajo y un 18%, en cambio, lleva menos de 6 meses, reflejando las propias diferencias habidas en el colectivo dentro de la propia actividad. Entre aquellas/os que tienen formación específica, el 38,5% no supera los 6 meses en el momento de la encuesta, frente a más de la mitad de las/os mismas/os (53%) con más de 2 años de experiencia en una misma academia. Entre las/os que acumulan menos de 6 meses en la empresa, la presencia de las/os que no tienen formación específica es ligeramente superior. Por otra parte las/os formadoras/es nativas/os, en un 65% de los casos, superan los dos años de permanencia en la actual empresa, frente a un 13%, con menos de seis meses, en la actual academia. Entre las/os autóctonas/os, el colectivo de formadoras/es con una trayectoria más o menos permanente en una empresa es similar al anterior (65%), si bien la presencia de formadoras/es con menos de 6 meses, por un cambio de empresa o al iniciar la trayectoria profesional, supone el 23%. Casi tres cuartas partes de la muestra han cambiando, en algún momento de su trayectoria, de centro de trabajo. La mayoría, por su parte, lo han hecho en una ocasión (44,1%) o, como mucho, en dos (17,6%), de manera más característica. La manera más utilizada, en el 43% de los casos, es la de ofrecerse directamente a otras empresas y, en menor medida, la de utilizar la red social o mediante los anuncios en prensa. Por último, los cambios se asocian con la propia situación de las/os formadoras/es en el mismo. El 40% mantienen una relación laboral temporal, el 24% son fijas/os - discontinuas/os y el 35% una relación indefinida, según las respuestas obtenidas. Si bien ante esta situación las expectativas respecto al hecho de comenzar una carrera profesional por cuenta propia son muy bajas, de la misma manera que la mayoría desea continuar en el sector durante los próximos años.

IDIOMAS, MATERIALES Y CONTENIDOS

- **2.33.** La mayoría de las/os formadoras/es trabajan en inglés. El 83% de las/os mismos se dedican a la capacitación lingüística en inglés. Alrededor del 18% combinan la formación en inglés y en castellano para extranjeras/os. Los principales materiales que utilizan en el proceso de capacitación lingüística son los libros de texto

específicos (87,3%) y las fotocopias con diferentes actividades y ejercicios (80%) y, en menor medida, audios, cds o videos con determinados contenidos. A la hora de organizar y diseñar la formación se utilizan diferentes criterios: las necesidades de los grupos (45,5%) y, en otros casos, el contenido de los materiales y el nivel de conocimiento de las/os alumnos, en menor medida. El Marco como contexto de referencia del aprendizaje en el proceso de capacitación lingüística es casi inexistente. En cambio el conocimiento del mismo y del Portfolio es superior, el 58% conocen el primero y un 46%, el Portfolio. Los recursos de los que disponen, en cualquier caso, delimitan la propia dinámica de la Formación In Company, especialmente. La mayoría (96%) tienen acceso a una sala específica para la formación con una pizarra (91%). Por otra parte la mitad tienen a su disposición televisores y reproductores de cd/dvd. En cambio, Internet (44%), cañones reflectores (36%) y diccionarios de idiomas (35%) son recursos más escasos en la empresas. Por último y en relación a lo apuntado respecto a los medios y recursos, conocemos también los contenidos del proceso de formación en el empleo. Los ejercicios orales y escritos sobre cualquier temática (88%) dominan sobre los ejercicios orales/escritos acerca de la empresa o del sector (42%) así como sobre las simulaciones reales.

ACTIVIDAD Y GESTIÓN DE LA MISMA

- **2.34.** Como media, el 79% de la formación que realiza este colectivo se organiza mediante grupos, siendo el resto de carácter individual. La formación individual va dirigida, en gran media, a gerentes y directivos/os de empresa (83%), si bien en algunos casos (30%) estas/os formadoras/es también realizan formación individual con trabajadoras/es con necesidades especiales. El tamaño más característico de los grupos de trabajo, en la formación, es de 6 o menos personas, si bien un 38% de los casos, la presencia es mayor, de 7 a 10 personas. Para organizar la formación en grupos, se realizan en el 90% de los casos pruebas de nivel, donde se trata de conocer el grado de conocimiento del idioma de las/os alumnas/os, como ya vimos en apartados anteriores. Ahora bien estas pruebas de conocimiento se limitan a evaluar conocimientos generales, dejando a un lado los propios objetivos profesionales y las necesidades específicas. En cualquier caso para la organización de los grupos se tienen en cuenta varios factores y especialmente el relativo a las pruebas realizadas (83%), por delante de los objetivos profesionales y la opinión de las/os responsables de formación en la empresa. Si bien pensamos que en la organización de los mismos las opiniones de las/os responsables, en ciertos casos, tienen un mayor peso cualitativo que no se refleja, tan claramente, en la encuesta. La jornada semanal de las/os formadores, por último, es de 16 horas de formación, como media, a las que

habría que sumar alrededor de 7 horas, casi una jornada diaria, para la preparación de las clases. La mitad de las horas de formación se dedican, fundamentalmente, a Formación In Company, el resto, en la misma proporción, como media, a formación a trabajadoras/es subvencionada por ellos mismos y formación a otros colectivos.

PROBLEMAS PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD

- **2.3.5.** Los principales problemas a la hora de realizar la actividad son los desplazamientos a las empresas, los horarios y los salarios bajos. En menor medida, la estacionalidad de la actividad y las diferencias de conocimientos de las/os alumnas/os en los grupos.

MOTIVACIÓN DE LA ACTIVIDAD

- **2.3.6.** Para la mayoría de formadoras/es (78%), la presencia de las/os alumnas/os en el proceso de capacitación lingüística responde a una cuestión relacionada con su puesto de trabajo, es decir, a un cierto objetivo profesional que va a tener una repercusión en su actividad profesional, al aplicar los conocimientos que se han ido adquiriendo en el proceso de aprendizaje. Esta cuestión se manifiesta en un grado de interés significativo (66%) ante este tipo de formación de las/os alumnas/os. Si bien estas dos cuestiones, en las respuestas obtenidas, definen un perfil general de un alumnado motivado por aprender un idioma que puede aplicar en su puesto de trabajo. La motivación se puede relacionar con la asistencia y puntualidad de los alumnos/as. Según los formadores/as, el 76% son puntuales y un 40% definen la ausencia como “normal” una vez que ya ha avanzado el curso.

ACCESO A FORMACIÓN Y NECESIDADES FORMATIVAS

- **2.3.7.** La mitad de las/os formadores (51%) han accedido a un curso de formación en el empleo durante el último año. La presencia de autóctonas/os es superior en este caso respecto a las/os no autóctonas/os. De los cursos realizados, el 43% están relacionados con contenidos de didáctica y metodología de formación. A su vez la mitad de las/os formadoras/es desarrollan su actividad en academias, donde se promueve el acceso a la formación. Entre las principales necesidades formativas podemos destacar la didáctica y metodología para formación, ciertas herramientas para mejorar la motivación de las/os alumnas/os en la formación así como un mayor conocimiento de recursos, de diferente tipo, sobre el idioma. Por último, la mejor época para recibir formación, para el 42% de estas/os formadoras/es, es de julio a

septiembre, ya que la actividad es menor. El 36% prefieren, en cambio, de octubre a junio. Además de la época, los horarios de las futuras acciones formativas deben respetar la jornada de estas/os profesionales.

3. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA EN EL ÁMBITO DE LA CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA.

El objetivo al caracterizar la actividad desde el colectivo de proveedoras/es ha sido valorar los diferentes factores y procesos que nos permiten estudiar y analizar la evolución de la misma en el marco de la Comunidad. Ahora bien para completar esta caracterización es necesario valorar la posición de las empresas que demandan este servicio dentro de la propia dinámica de la actividad en el puesto de trabajo. Para ello realizamos, especialmente, una encuesta a más de 300 empresas de la Comunidad. De esta muestra de empresas, en tanto que representación estructural de la demanda de formación lingüística, el 70% han realizado algún tipo de acción o programa formativo, para sus trabajadoras/es, en los últimos tres años. Por tanto, a continuación presentamos el contexto donde ocurre la propia actividad.

TIPOLOGÍA DE EMPRESAS QUE HAN PARTICIPADO EN LA ENCUESTA

- **3.1.** En la encuesta realizada se han representado las diferencias habidas en la estructura empresarial de la Comunidad. El 30% tienen menos de diez trabajadoras/es, si bien en el resto se han diferenciado tres colectivos: empresas de 11 a 49 trabajadoras/es (37,1%), empresas de 50 a 199 trabajadoras/es (22,7%) y con más de 200 trabajadoras/es (9,7%). La media de antigüedad de las mismas es de 29 años, cuya trayectoria refleja la consolidación de la posición de estas empresas en el mercado de la Comunidad. En este sentido, son empresas plenamente consolidadas lo que genera una mayor confianza en el desarrollo y crecimiento de esta actividad en el futuro. Más de la mitad de las mismas (54%) son empresas de servicios y el resto del sector industrial. El 25% facturan menos de medio millón de euros, si bien más de la mitad superan los dos millones de euros. Además en la mitad de las mismas (52,4%), el capital es familiar, nacional en un tercio (33%) e internacional en un 14%. Una parte significativa de estas empresas tiene una relación estable en el territorio.

PRESENCIA EN MERCADOS INTERNACIONALES

- **3.2.** La presencia en mercados internacionales, a partir de diferentes procesos, comercialización, producción o servicio, no deja de ser un indicador estratégico de la posición de las empresas de la Comunidad. La capacitación lingüística permite a las empresas acceder a procesos de innovación y gestión del conocimiento para mejorar o

transformar las estrategias de negocio. En cualquier caso, las competencias lingüísticas son imprescindibles para desarrollar programas de este tipo. en el contexto de la actividad empresarial y del puesto de trabajo. De hecho, en el 35% de las empresas, presentes en la encuesta, menos del 25% de su producción se destina a mercados internacionales. Un 13% destinan, en cambio, entre el 25% y el 50% y el 16,7%, más del 50%. El 40% de las empresas que tienen presencia en los mercados internacionales desean aumentar, estratégicamente, su presencia en los mismos.

IDIOMAS EN EL MARCO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

- **3.3.** Antes de estudiar la formación lingüística realizada en el marco de la empresa en la Comunidad, debemos analizar la presencia y utilización de diferentes idiomas en la actividad empresarial. El 65% de las empresas consultadas utilizan diferentes idiomas en su actividad, entre los cuales, el inglés es el más común en el 90% de las empresas. El francés tiene una presencia significativa (62%) antes que el alemán (19,4%).

USO DE IDIOMA Y ACTIVIDADES EN LA EMPRESA

- **3.4.** En gran medida la utilización de un idioma, diferente al castellano, se hace para la gestión comercial, relaciones con proveedoras/es o venta de servicios/productos, en el 84% de estas empresas. Después encontramos otras actividades, como el acceso a diferentes conocimientos y procesos, la innovación y la cooperación, donde el uso de otro idioma es necesario para la mitad de las empresas consultadas. Como media, el 30% del uso del idioma, en la empresa, se realiza, entonces, para la gestión comercial, un 23% para la adquisición de conocimientos, un 22% para la innovación y un 19% para la cooperación.

USO DE IDIOMA Y NIVEL PROFESIONAL

- **3.5.** El conocimiento y uso del idioma, en las empresas de la Comunidad, están relacionados con el nivel profesional. El 52% de las/os directivas/os y profesionales de dirección lo conocen, si bien éste llegará hasta el 59% en los próximos 10 años. Entre los mandos intermedios el uso es menor en relación a la media: el 33% de las/os mismas/os. Porcentaje que crecerá hasta el 40% durante la siguiente década. A diferencia de estas/os últimas/os, la utilización de otro idioma, básicamente el inglés, de las/os técnicas/os de I + D + i, es superior (44%) y llegará hasta el 49% en la siguiente década. En cambio esta utilización, como ya hemos argumentado, es

inferior dentro del personal de producción, apenas un 14%, con una expectativa de un 4% de crecimiento en los próximos años.

DEFINICIÓN COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS

- **3.6.** El diseño de un sistema eficaz de capacitación lingüística en el empleo depende de los sistemas y metodologías de definición de competencias lingüística en el marco de la empresa y de cada uno de los niveles profesionales. Este proceso, en la actualidad, no se realiza de manera sistematizada dentro del tejido empresarial de la Comunidad, sino más bien de manera personalizada en cada empresa en función del interés de la misma y de otros factores vinculados a la propia actividad. En el 85% de los casos, cuando se realiza este análisis, de manera formal o informal, se asocia exclusivamente a puestos directivos, o mandos intermedios, en menor medida (72%) o personal de I+D+i (63%). En cambio en el nivel productivo, la definición de competencias lingüística es inferior (40,3%). Así un 31% de las/os directivas/os lo tienen, según la información recogida, el 20% de los mandos intermedios y el 8% en el caso de las/os trabajadoras/es de producción. Por otra parte, el nivel de conocimiento del idioma castellano por parte de las/os trabajadoras/es extranjeras/os es muy significativo.

IDIOMA COMO CRITERIO DE SELECCIÓN DE PERSONAL

- **3.7.** En general el conocimiento más bien matizado de otros idiomas en el ámbito de la empresa no se corresponde, desde un punto de vista teórico, o más ideal, con las expectativas respecto al idioma en los procesos de selección. En el 70% de las empresas se exigen conocimientos lingüísticos en los diferentes procesos, si bien el proceso se adapta a los currículums de las/os candidatas/os y al puesto de trabajo a cubrir. Esta exigencia es más ideal, que real, en relación al conocimiento lingüístico de las/os profesionales de la Comunidad y se va adaptando en cada puesto. Respecto al puesto, en tal caso, en el 93% de los profesionales del Departamento Comercial, en el 90% de las/os directivas/os y en el 84% mandos intermedios se exigen conocimientos de inglés entre las empresas que así lo hacen. Entre las que exigen francés el 97% de las posibles incorporaciones en el Departamento Comercial, algo inferior en los puestos directivos (77%) y entre los mandos intermedios (50%). Por su parte las empresas que exigen alemán lo hacen para el 99% de los profesionales del Departamento Comercial y el 73% de los directivos y el 52% de los mandos intermedios.

NECESIDADES Y CARENCIAS EN MATERIA LINGÜÍSTICA: SISTEMA DE DEFINICIÓN

- **3.8.** El análisis y definición de competencias lingüísticas se realizan de manera informal en el marco de la propia actividad de la empresa. El 62% de las empresas consultadas así lo afirman, a su vez, el 27% lo hacen de manera regular así como un 10%, combinan ambos métodos. Además en la mitad de las empresas no se establecen diferencias en materia lingüística según el departamento o área de actividad, ni tampoco en el caso de los niveles profesionales o entre las/os diferentes trabajadoras/es de las empresas, en itinerarios más personalizados. En cambio, tres cuartas partes de las empresas (75,9%) afirman adaptar, en la medida de lo posible, la formación lingüística.

NECESIDADES Y CARENCIAS EN MATERIA LINGÜÍSTICA EN EL PUESTO DE TRABAJO

- **3.9.** Dentro del colectivo de empresas consultadas, en el cuestionario realizado, teniendo en cuenta la presencia del inglés, como segunda lengua mayoritaria en el contexto empresarial de la Comunidad, la información recogida, en los valores medios, nos informa de que ocho trabajadoras/es por empresa, necesitan mejorar los conocimientos de inglés para escribir e-mails y traducir los mismos, 7 para mantener conversaciones telefónicas y 5 para gestionar compras y ventas. En el caso de otros idiomas, especialmente francés y alemán, los valores son similares. Para escribir y traducir e-mails, 7, para el teléfono, 8, y 6 para las compras y ventas.

A continuación, una vez presentada una cierta caracterización del contexto empresarial respecto a los procesos lingüísticos en el ámbito del puesto de trabajo, pasamos a describir, de manera estratégica, la actividad de capacitación lingüística realizada, la imagen de las/os proveedoras y la adecuación de las políticas públicas para promocionar e incentivar la presente actividad.

EL PROCESO DE CAPACITACION LINGÜÍSTICA EN LA EMPRESA

- **3.10.** La mayoría de las empresas de la muestra, el 70%, han realizado algún tipo de acción formativa relacionada con el idioma, donde han participado sus trabajadoras/es. Por lo tanto alrededor de 180 empresas de la muestra han realizado alguna actividad relacionada con la capacitación lingüística para el empleo. En las empresas que no lo han hecho, el motivo principal, o la percepción del mismo, más

bien, es que tal formación no es necesaria, apenas un 12%, en cambio, afirman que los conocimientos que ya tienen son los necesarios.

TIPOLOGÍA DE LA ACTIVIDAD DE CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA

- **3.11.** En el caso de las empresas que han realizado formación, el 47% lo ha hecho en un centro, diferente a la de la empresa, el 35% en la propia empresa y el 17% en ambos procesos. La formación que se realiza fuera de la empresa, puede ir desde un curso en un centro especializado, en la mayor parte de los casos, como cursos de inmersión lingüística o estancias en el extranjero.

FORMACIÓN EN INGLÉS

- **3.12.** El proveedor más utilizado es la academia, en el caso del inglés, en un 61% de las empresas. En menor medida otros centros de formación (19%) o la Escuela Oficial de Idiomas (16,7%), otros colectivos reducen su presencia hasta el 3,3%. La presencia de trabajadoras/es, como media, es de 10 por empresa y el número medio de horas, es de 7, contando los diferentes grupos, en cada empresa.

FORMACIÓN EN FRANCÉS

- **3.13.** La academia sigue siendo el principal proveedor, en un 69%, si bien las/os profesionales autónomas/os (19%) se identifican, en este caso, como el segundo proveedor por delante de la Escuela Oficial de Idiomas (11,6%). El número medio de trabajadoras/es por empresa en francés, es de 5 y la media de horas, asciende hasta 9 horas en relación a los diferentes grupos en una misma empresa. Número de trabajadoras/es inferior respecto al inglés, siendo superior el valor medio de las horas a la semana, en dos.

FORMACIÓN EN ALEMÁN

- **3.14.** Nuevamente la academia es el proveedor con mayor presencia (71,4%), seguido de las/os profesionales autónomas/os (14,3%). La presencia media en alemán es 14 trabajadores/as según empresa, lo que indica, como tendencia, el mayor tamaño de las mismas y la necesidad de aprendizaje del mismo, y las horas se reducen a tres.

EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA EN LA EMPRESA

- **3.15.** El 41% de estas empresas llevan participando en acciones de formación lingüística desde hace una década, al menos. Entre 3 y 10 años, un 42% y un 16%, durante los últimos tres años. El 91% de la formación que se realizó durante el último año fue en inglés y un 43% en francés y el 24%, en alemán. Diferencias que se mantienen en la actualidad, el 92% en inglés, el 35%, en francés, menor que en la actualidad, y el 18,2% en alemán, combinando algunas empresas la formación en diferentes idiomas.

ESTACIONALIDAD

- **3.16.** El 93% de las empresas no han realizado formación durante los últimos cinco años en el verano, reflejando la propia estacionalidad de la misma, como ya apuntábamos al describir la caracterización de la actividad desde la oferta.

CAMBIOS EN LA GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD

- **3.17.** Respecto a los cambios, el 83% de las empresas no han realizado ningún cambio en la gestión de la actividad de capacitación lingüística, el resto han introducido algunas novedades en la logística (50%) y en los niveles de los grupos (41%), en mayor medida, además de un 30% que han cambiado la propia metodología de la formación (29,2%). En general, los cambios son muy valorados por las/os trabajadoras/es.

PRESENCIA RESPECTO AL TOTAL DE GASTO EN FORMACIÓN

- **3.18.** Según las empresas, esta actividad, en el ámbito de la empresa, representa el 31% respecto al gasto total de formación realizada. Porcentaje que entre las empresas más grandes, que superan los 200 trabajadores/as, desciende hasta el 22%.

DEFINICIÓN DE LA FORMACIÓN REALIZADA

- **3.19.** En gran medida, la formación organizada se realiza durante varios meses en la empresa (90%), como hemos visto, de octubre a junio, evitando los tres meses donde la mayoría de las/os trabajadoras/es tienen vacaciones. En un 36% también han realizado cursos intensivos, en un 20% estancias en el extranjero así como un 17%, sus trabajadoras/es asisten a cursos en la Escuela Oficial de Idiomas. La mayor parte de

la empresas (65%) no planifican esta formación año a año, sino que se van adaptando a las circunstancias dentro de la propia dinámica de la empresa. La duración media, en meses, oscila entre los 9 y 10 meses. Y la media de horas de formación a la semana por grupo o persona y empresa es de 3 horas.

FORMACIÓN EN GRUPOS

- **3.20.** En el diseño de los grupos de trabajo para la formación, en más de la mitad (55%) de las empresas, se tienen en cuenta, de alguna manera, el nivel de conocimiento de las/os alumnas/os y en menor medida, las necesidades profesionales, vinculadas al puesto de trabajo (16,3%) y los niveles profesionales del alumnado (11,3%). La formación de los grupos, en todo caso, es una tarea que realiza el formador o formadora, como vimos, con la ayuda de las pruebas de conocimiento y de la información que recibe del responsable de RR.HH. El número medio de grupos por empresa es de 4, según niveles profesionales, y el de personas por grupo, es de cinco. Por su parte el porcentaje de trabajadoras/es que ha participado en formación durante el último curso, en la empresa, es del 25% y en el actual, es del 21%, como valores medios. La formación durante el verano es casi inexistente a excepción de algunas empresas y trabajadoras/es que han seguido un curso, aprovechando las vacaciones, y costeando el gasto del mismo (11,5%), o se han repartido las vacaciones y el coste del mismo (7,9%).

VALORACIÓN DE LA ASISTENCIA A FORMACION

- **3.21.** Una muestra significativa de empresas (64%) no controlan la asistencia de sus trabajadoras/es a los cursos. Para el 71% de las empresas esta asistencia es completa, tras las primeras semanas (71%), desciende, una vez superadas las primeras semanas (23,7%) o desciende de manera significativa (5,3%). De la misma manera las empresas desconocen, en gran medida, la evolución del aprendizaje de sus trabajadoras/es, pues en el 71% de los casos así lo afirman. Lo que también determina, en buena medida, el proceso de seguimiento realizado por el proveedor o proveedora, ya que la mayoría de las/os mismas/os (93%) realizan estas pruebas para valorar el nivel de aprendizaje y la evolución de la misma con vistas a establecer o diseñar diferentes estrategias dentro del proceso de capacitación lingüística.

HORARIO / PRECIO EN EL ÁMBITO DE LA DEMANDA

- **3.22.** En el 42% de las empresas la formación se realiza al comenzar la jornada laboral, entre las 7.00 y las 10.00 de la mañana. El 23% aprovechan el mediodía (13.00 a 16.00) o la tarde, en un 21%, de 16.00 a 19.00 horas. La concentración, como sabemos, se produce a primera hora de la mañana. Además las empresas, en un 95%, de los casos no están dispuestas a cambiar los horarios. Por su parte, el coste de hora por formación, según las empresas, oscila entre los 15€ y 25€, en el 36% de las empresas y entre 26€ y 35€, en un 37%. El 22% pagan más, entre 36€ y 45€.

ACUERDOS EMPRESA - TRABAJADOR EN EL CONTEXTO DE LA CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA

- **3.23.** Alrededor de la mitad de las empresas presentes en la encuesta (47,7%), organizan la formación de manera equitativa con las/os trabajadoras/es, repartiendo la jornada entre ambos. En un 23%, a su vez, la formación se realiza fuera de la jornada laboral, pero la empresa compensa al trabajador o trabajadora con días libres. En menor medida la formación se realiza en la jornada de trabajo (13,3%). Dentro del acuerdo están las bonificaciones relativas al aprendizaje, si bien en el 94% de los casos no existen las mismas, cuando se dan, son, en mayor medida, de tipo económico (55,5%) a otro tipo.

IMAGEN DEL PROVEEDOR/A

- **3.24.** En la información obtenida en la encuesta no existe una opinión generalizada sobre la imagen de las/os proveedoras/es, pues la propia falta de regulación del sector, la propia situación de la oferta y la dinámica de la actividad, no generan demasiadas expectativas en el caso de las empresas. El 57% de las empresas afirman que la oferta de proveedoras/es es significativa. El acceso a las/os proveedoras/es se realiza, básicamente, mediante dos estrategias: utilizando los contactos de la red social y profesional en las empresas (37%) e Internet, en un 26% de las empresas.

PROVEEDORAS/ES

- **3.25.** La academia es el principal proveedor y mediador del servicio en el ámbito de la presente actividad. El 65% de las empresas así lo hacen, en el 10% recurren a otros centros y en un 12% a profesionales autónomas/os. Por tanto más de la mitad del proceso de capacitación lingüística es realizado por el colectivo de academias.

CAMBIOS DE PROVEEDOR/A

- **3.26.** La mayoría de las empresas (62%) no cambian de proveedor, y especialmente las más grandes, tienen varios proveedores ya que los cambios suponen más problemas que ventajas en la propia gestión de esta actividad. Tres son los motivos más valorados para cambiar de proveedor, cuando se hace: la insatisfacción con el mismo (41%), el fin del servicio (36%) y diferencias en cuanto a la consideración del proceso de formación (27,3%). En gran medida las empresas muestran un eje de satisfacción significativo con los proveedores en función, como es lógico, de las expectativas respecto al proceso. Los dos aspectos que más valoran los proveedores son dos: la metodología utilizada (51%) y la flexibilidad horaria (34%). En cualquier caso, una parte significativa de empresas (44%), tal y como expresan también en los grupos de diagnóstico, estarían dispuestas a pagar un precio mayor a cambio de recibir una formación de más calidad.

NUEVOS SERVICIOS

- **3.27.** Entre los nuevos servicios con una mayor aceptación en un futuro se han recogido algunos. El 55%, más de mitad de las empresas consultadas, apuestan por una formación más especializada, con formadoras/es más cualificadas/os y con experiencia en el ámbito de la formación a empresas. El 36%, en cambio, señalan un cambio o una cierta reorientación de la formación relacionada con la conversación, en el sentido de integrarla más en el ámbito de la actividad de la empresa. Por último un 25% abogan por mayores contenidos on - line.

PROMOCIÓN DE LA FORMACIÓN E INTERVENCIÓN INSTITUCIONAL

- **3.28.** Entre las empresas de la muestra, casi tres cuartas parte de la misma (73,5%), no solicitan la parte correspondiente de la subvención y entre las cuales solicitan la misma (26,5%), la mayoría se muestran satisfechas (80%) con esta subvención. Las empresas más grandes (61% > 200 trabajadores/as) y las de 50 a 199 trabajadores (34%) son los colectivos empresariales que más solicitan la subvención. Los motivos, en cambio, de la mayoría de empresas que no solicitan la subvención tienen que ver con el desconocimiento de la misma (41%) o con la excesiva burocracia en el 59% de los casos. Por otro lado respecto a la intervención de la administración se decantan por tres áreas prioritarias: simplificar la gestión de la misma, establecer incentivos y desgravaciones fiscales y potenciar la oferta.

Por último y de manera más abierta, se han estudiado y analizado las opiniones y actitudes de las/os trabajadoras y trabajadoras que han participado en formación durante los últimos años mediante la realización de un grupo de diagnóstico de donde se han recogido algunas cuestiones significativas para el presente Diagnóstico:

GESTIÓN DE LA FORMACIÓN

- **3.29.** En el grupo de diagnóstico realizado, con trabajadores/as que han realizado formación lingüística, mayoritariamente en inglés, admiten, como punto de partida, la complejidad de la propia formación en idiomas en relación al proceso de gestión y organización de la misma (los horarios, los desplazamientos, el ritmo de trabajo, etcétera) como a la dificultad del proceso de aprendizaje del idioma. Por otra parte, la gestión de la formación, y la organización de la misma, deben primar las necesidades y objetivos profesionales de las/os trabajadoras/es, de manera estratégica, integrando el proceso formativo en la actividad de la empresa y en el puesto de trabajo. La presencia de trabajadoras/es de empresas muy pequeñas se refleja en el discurso, pues el acceso a la misma es mucho más complejo y depende, en gran medida, de la voluntad del trabajador o trabajadora.

EXPERIENCIA EN PROCESOS DE CAPACITACION LINGÜÍSTICA

- **3.30.** Desde la perspectiva del discurso relativa a la experiencia en formación lingüística se señalan algunas cuestiones que afectan a la propia calidad del proceso. Los cambios, más o menos continuos de formadoras/es, generan problemas a la hora de organizar de manera más específica la formación en el ámbito de la empresa, apostando por una cierta continuidad del formador/a (4 o 5 años, como mínimo). Por otro lado, resaltan también los problemas de las/os formadoras/es para organizar la formación en grupos, teniendo niveles diferentes en los mismos y el descenso significativo de la asistencia a medida que avanza el curso. Además en el propio discurso recrean ciertas experiencias vividas en los cursos de formación con profesoras/es, especialmente nativas/os, que no tienen experiencia en la formación en empresas y precisan un mayor nivel de herramientas pedagógicas y metodológicas para que la formación sea más eficaz. En definitiva, se percibe una cierta distancia, en el propio grupo, entre las necesidades y los objetivos y la formación que reciben, debiendo ajustar, de manera estratégica, la segunda a los objetivos de las/os trabajadoras/es.

CAMBIOS EN EL PROCESO DE CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA

- **3.31.** Apuestan por un cambio estratégico del proceso formativo integrando el mismo, en la medida de lo posible, en el puesto de trabajo y en la actividad de la empresa. Igualmente tienen expectativas positivas hacia otro tipo de formación, con menor presencia, como los cursos intensivos, las acciones de inmersión lingüística y las estancias en el extranjero. La formación on - line también forma parte de estas expectativas, siempre y cuando la misma se combine con formación presencial y un seguimiento tutorizado continuo.

5.2.1. Propuesta de indicadores de la actividad de capacitación lingüística en el empleo.

En el presente apartado presentamos una serie de indicadores de la actividad de capacitación lingüística para el empleo, a título orientativo, tras la presentación de los diferentes actores presentes en este ámbito. . Batería de indicadores que nos remite a la propia evolución de la actividad durante los próximos cuatros años.

INDICADOR: Oferta. academias que se dedican a esta actividad y profesionales autónomos	<u>Nº de academias y de profesionales autónomos.</u> 26 academias.
INDICADOR: Especialización de las academias	<u>Volumen de facturación que representa esta actividad entre las academias.</u> 33% facturación como media.
INDICADOR: Tipología de Actividad	<u>Evolución de la Formación In Company y de la Formación de Oferta.</u> 45% Formación In Company
INDICADOR: Formación On - Line	<u>Valoración de la presencia de programas de formación on - line en la actividad.</u> 5% - 7% demandan las empresas.
INDICADOR: Formación Grupos	<u>Evolución del tamaño de los grupos y de la formación de los mismos</u> 90% de las empresas organizan la actividad en grupos.
INDICADOR: Franja Horaria	<u>Evolución de los horarios de la actividad.</u> 45% -50% de 7.00 a 10.00 A.M.
INDICADOR: Precio por hora de formación	<u>Evolución de las tarifas por hora en Formación In Company.</u> 15€ - 26 € - 26€ - 35€
INDICADOR: Formadores/as	<u>Nº de formadores/as en la actividad.</u> 170 - 200 formadores/as.
INDICADOR: Perfil profesionales formadores	<u>Evolución de formadores/as con formación específica.</u>

	39% con formación específica
INDICADOR: Formación Continua	<u>Presencia de formadores/as en formación continua.</u> 51% formadores/as han participado Formación Continua.
INDICADOR: Jornada laboral formadores/as	<u>Nº de horas semanales de formación y preparación de las clases.</u> 16 horas formación y 7 horas preparación
INDICADOR: Idioma y demanda de capacitación.	<u>Relación entre los principales idiomas: inglés, francés y alemán.</u> Inglés: 91% Francés: 43% Alemán: 24,4% alemán
INDICADOR: Gasto en formación de las empresas.	<u>Evolución del gasto en esta actividad respecto al total del gasto en formación.</u> 31% gasto total de formación.
INDICADOR: Presencia de empresas según tamaño.	<u>Evolución del tamaño de empresa en la actividad de capacitación lingüística.</u> Empresas < 10 trabajadores/as: 31%. Empresas > 200 trabajadores/as: 89%.
INDICADOR: Nº trabajadores/as que participan en acciones de formación.	<u>Evolución del nº de trabajadores/as que han participado en alguna actividad de capacitación lingüística.</u> 24% como media en cada empresa.
INDICADOR: Necesidades formativas	<u>Necesidades formativas según idioma y actividad.</u> Medias según empresa: Inglés 8 traducción/e-mail, 7 atención telefónica y 5 conversación clientes. Otros idiomas: 8 traducción/e-mail, 7 atención telefónica y 6 conversación clientes.
INDICADOR: Nivel profesional de los trabajadores/as.	<u>Niveles de profesionales de los trabajadores/as que participan en esta actividad.</u> Presencia trabajadores/as directos/as-

INDICADOR: Proyectos colaborativos.	<u>Presencia de proyectos colaborativos en el sector durante los próximos años.</u> 50% Academias en proyectos colaborativos.
INDICADOR: Formación de Oferta	<u>Evolución de la Formación de Oferta en idiomas en Navarra.</u> Nº de acciones realizadas en la Comunidad.

5.3. Propuestas de trabajo para mejorar la capacitación lingüística para el empleo.

Las conclusiones presentadas, en relación a los diferentes apartados del Diagnóstico, nos permiten recoger una serie de propuestas de trabajo para mejorar la formación lingüística con fines profesionales para la empresa en Navarra.

A continuación, por tanto, se exponen una serie de recomendaciones que pretenden contribuir al trabajo posterior del Programa Lingua Empresa. Estas recomendaciones se han estructurado en base a cinco apartados siguiendo la línea de trabajo del Programa Lingua Empresa:

1. Promoción de la formación lingüística en las empresas demandantes.
2. Impulso de la motivación e implicación de los trabajadores/as que reciben formación lingüística.
3. Especialización de los formadores/as lingüísticos/as.
4. Refuerzo de la competitividad del sector de proveedores de servicios de formación lingüística dirigida a empresas.
5. Promoción de la formación lingüística dirigida a empresas desde la administración.

Por tanto pasamos a describir, de manera sintética, cada una de las propuestas según las áreas definidas:

PROMOCIÓN DE LA FORMACIÓN LINGÜÍSTICA ENTRE LAS EMPRESAS DEMANDANTES

- Potenciar el acceso a esta actividad de las empresas de uno a cinco trabajadoras/es mediante la promoción del Sistema de Bonificación de la Formación.
- Promocionar Diagnósticos e Investigaciones Estratégicas para valorar la posición respecto a las competencias lingüísticas de algunos colectivos de empresas (pequeñas y medianas empresas) en sectores de actividad concretos: nuevas tecnologías, artes gráficas, logística, automoción, etcétera, en relación a la posibilidad de establecer planes sectoriales de desarrollo e internacionalización.
- Promocionar Diagnósticos para valorar los problemas de las/os trabajadoras/es de producción (“mano de obra directa en procesos industriales y fabriles”) a la hora de acceder a procesos de innovación y gestión del conocimiento en relación a las necesidades lingüísticas.
- Estudiar la posición de EIBTs ante la capacitación lingüística, valorando las estrategias y actividades a realizar para mejorar su posición en la Comunidad.
- Estudiar la posición en las empresas de las/os trabajadoras/es que gestionan procesos de I+D+i en relación a las necesidades en materia lingüística en relación a la gestión de estos procesos.
- Promocionar y subvencionar Auditorias de Conocimiento en Empresas y en sectores empresariales (pequeñas empresas) para valorar e identificar las competencias y necesidades en materia lingüística, fijando, de este modo, la estrategia en capacitación lingüística.
- Fomentar la creación de programas de formación estratégicos (concretos) para mejorar la gestión de esta actividad por parte de las/os responsables de la misma en las empresas.

- Establecer condiciones para el acceso a formación de las/os trabajadoras/es en función de aspectos tan importantes como las necesidades, los objetivos profesionales y el grado de interés, definiendo acuerdos de cumplimiento por parte de los mismos de los programas formativos diseñados.
- Establecer acuerdos con proveedores para establecer, diseñar y planificar la formación a corto, medio y largo plazo.
- Incentivar entre las/os responsables de formación, distintas modalidades de formación, para combinarlas con otros según la empresa y las necesidades, como los cursos intensivos, las estancias en el extranjero o los procesos de inmersión lingüística a medida de la empresa/trabajadoras/es.

IMPULSO DE LA MOTIVACIÓN E IMPLICACIÓN DE LOS TRABAJADORES/AS QUE RECIBEN FORMACIÓN LINGÜÍSTICA.

- Incentivar mediante diversas estrategias el control de la asistencia de las/os alumnas/os a los cursos de formación definiendo medidas que incentiven la participación y asistencia.
- Fomentar el aprendizaje del idioma en el puesto mediante una relación directa entre la actividad de la empresa y el proceso de capacitación, en el caso de que sea necesario.
- Incentivar estrategias de formación para integrar la actividad profesional en la misma a través de sesiones reales de “Roll - Playing”, simulando situaciones y procesos que ocurren en la empresa.
- Promocionar entre las/os responsables de formación la realización de diferentes acciones formativas más específicas durante la época estival, planificando las mismas con cierta antelación para la organización de estas acciones.
- Mejorar la creación de un sistema para seleccionar y segmentar a las/os alumnas/os en los grupos de formación.
- Potenciar el conocimiento y la satisfacción de las/os trabajadoras/es con la formación realizada mediante la promoción de planes y estrategias concretas y sistemáticas en la empresa para valorar la misma.
- Potenciar la participación de las/os trabajadoras/es en el diseño de estrategias de capacitación lingüística en la empresa.
- Potenciar en perfiles profesionales concretos las bonificaciones para aquellas/os trabajadoras/es que hayan cumplido los objetivos en materia de aprendizaje del idioma.

- Estudiar la posibilidad de realizar un Diagnóstico de las expectativas y actitudes de las/os trabajadoras/es que han participado en la actividad durante los últimos cinco años.

ESPECIALIZACIÓN DE LOS CAPACITADORES/AS LINGÜÍSTICOS/AS

- Fomentar la creación de un Curso de Adaptación a la actividad de capacitación lingüística en empleo para mejorar las competencias de los mismos en la formación en la empresa.
- Fomentar la formación específica en Didáctica y Metodología de aprendizaje así como en herramientas conceptuales para motivar a las/os alumnas/os.
- Fomentar la formación específica en diferentes recursos para mejorar en el proceso de capacitación lingüística integrando en la misma las tecnologías de la información y el conocimiento (TIC), especialmente, Internet y las posibilidades de la misma.
- Establecer planes de carrera para las/os formadoras/es más cualificadas/os del sector, evitando la marcha de las/os mismas/os a otros ámbitos de la actividad.
- Diseñar y poner en marcha un Programa para atraer a la Comunidad a formadoras/es de diferentes puntos con una cierta cualificación y experiencia en colaboración con las Academias del sector, ante la falta de profesionales cualificadas/os.
- Aumentar los medios tecnológicos (pc portátiles, reflectores, Internet, Televisores, etcétera...) entre las/os formadoras/es para promocionar el uso de los mismos en el proceso de capacitación.
- Mejorar los rendimientos salariales en función de la evaluación de la formación realizada y de la satisfacción de las/os trabajadoras/es que han participado en la misma.

REFUERZO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR DE PROVEEDORES DE SERVICIOS DE FORMACIÓN LINGÜÍSTICA DIRIGIDA A EMPRESAS.

1 ACADEMIAS

- Transmitir la necesidad de una mayor regulación del sector mediante la creación de una entidad corporativa de Academias de Idiomas que trabajen específicamente en la actividad de capacitación lingüística en el empleo, para defender los derechos del sector en los diferentes ámbitos del mismo:
 - Carta de servicios específica dirigida a la actividad de capacitación lingüística en el empleo.
 - Promoción de la actividad de capacitación lingüística entre el tejido empresarial: empresas y asociaciones profesionales.
 - Regulación de la actividad mediante la redacción de un MODELO DE CONTRATO ANUAL DE FORMACIÓN para regular la relación con las empresas: planificación anual de la formación, planificación de horarios y tiempo, retribución anual del servicio (más allá de las propias cancelaciones), condiciones materiales así como cualquier otro aspecto.
 - Control y evolución y seguimiento de la oferta en el sector.
 - Análisis y estudios sobre servicios y nuevos segmentos de mercado.
 - Relación con otras instituciones y agentes del sector, en un modelo y enfoque Cluster.
 - Asesoramiento en las subvenciones de la formación.
 - Formación interna para el colectivo.
 - Cualquier otro aspecto relacionado con la actividad.
- Incrementar y promocionar la gestión integral de la actividad y la informatización de los diferentes procesos de trabajo, especialmente entre las academias más pequeñas.
- Incentivar y dinamizar la gestión del conocimiento y la innovación, en la medida de lo posible, entre las diferentes academias que se dedican a esta actividad, con objeto de generar un contexto de trabajo diferente.
- Promocionar las Normas de Calidad generales o específicas en el sector entre aquellas academias con recursos suficientes para desarrollar y mantener estos procesos.

- Promocionar la creación de un Portal Colectivo con información sobre las diferentes direcciones Web de las academias.
- Incentivar la creación de una página Web entre aquellas academias que no disponen de la misma así como de una dirección de correo asociada a la misma.
- Mejorar la utilización de páginas Web y/o servidores para la gestión de la formación entre las academias.
- Promocionar un estudio e implantación de un modelo de formación on - line, tanto desde el punto de vista metodológico como tecnológico, para establecer una oferta específica sobre este tipo de formación.
- Generar y promocionar la creación de proyectos de colaboración entre diferentes entidades del sector, públicas y privadas, para la gestión y creación de diversas acciones pilotos en empresas sobre procesos de capacitación lingüística, mejorando la confianza de las academias en las algunas entidades.
- Establecer una red de colaboración para la promoción de la formación lingüística dirigida a las pequeñas empresas a través de las diferentes Asociaciones Profesionales.
- Identificar nuevos sectores de negocio, servicios y actuaciones en diversificación de la actividad.
- Promocionar un conocimiento más profundo del MCER y del PEL para su aplicación en el sector vinculando la misma a ciertas ayudas para la inversión y gestión del conocimiento en la actividad.
- Estudiar la posibilidad de definir y diseñar una Acción Piloto con los diferentes agentes del sector sobre un proceso de aplicación del PEL en el marco de la capacitación en el empleo.
- Apoyar y potenciar la definición de estrategias de marketing y el diseño de fuerza de ventas para mejorar los rendimientos y aumentar la especialización de algunas academias a través de formación específica y programas de asesoramiento y tutorización.

- Cambiar y mejorar, en un contexto de transformación de la actividad, la calidad y eficacia de las pruebas de conocimiento iniciales y de seguimiento mediante la creación de modelos específicos para la capacitación lingüística.
- Incentivar la actividad durante el verano, con estrategias precio/servicio, fomentando los cursos intensivos, las estancias en el extranjero y la formación on - line con ciertos contenidos presenciales así como cualquier otra actividad, evitando de esta manera el descenso casi total de la formación.
- Incentivar la creación de proyectos de colaboración con consultorías de formación que conocen y gestionan las subvenciones sobre la actividad.
- Promocionar la presencia en ferias, congresos y exposiciones sobre el sector.

2. PROFESIONALES AUTÓNOMAS/OS

- Promocionar la creación de un censo sobre el colectivo para valorar la presencia real del mismo en la actividad.
- Regular el sector mediante la promoción de una Asociación de Profesionales Autónomos dedicados, especialmente, a la capacitación lingüística en el empleo.
- Promocionar un Diagnóstico sobre los perfiles profesionales de estos trabajadores y las diferentes tipologías de gestión y realización de la actividad.
- Fomentar la formación en materia de uso de tecnologías de la información y el conocimiento (TIC) entre el colectivo, promocionando el uso de las mismas en la formación.
- Incentivar la adquisición de equipos informáticos, servidores así como otros productos entre el colectivo de profesionales autónomas/os.
- Incentivar la creación de un sitio Web del colectivo, donde se recoja información sobre el mismo así como enlaces a las páginas de los diferentes profesionales.
- Fomentar la formación y profesionalización de toda la gestión de la actividad, especialmente, de la relativa a la facturación y gestión de clientes.

- Promoción de la formación en marketing de producto/servicio para mejorar las estrategias comerciales del colectivo.
- Promoción de la formación en gestión empresarial y en creación de empresas para la creación de empresas dentro del sector.
- Estudiar la creación de una Norma o Sello para las/os profesionales autónomas/os dedicados a esta actividad mediante la evaluación de sus competencias lingüísticas.
- Promoción del conocimiento y aplicación del MCER y del PEL vinculado a la promoción de ayudas para ello.

PROMOCIÓN DE LA FORMACIÓN LINGÜÍSTICA DIRIGIDA A EMPRESAS DESDE LA ADMINISTRACIÓN.

- Revisar, *in extenso*, la evolución de la Formación de Oferta en idiomas para valorar la posibilidad de establecer cambios en relación a una mayor aproximación a las necesidades lingüísticas en los diferentes ámbitos de actividad.
- Creación de un sistema de gestión y control de la evolución de la actividad mediante la valoración de una propuesta de indicadores de la actividad a través de una encuesta periódica tanto a la demanda como a la oferta.
- Estudiar la posibilidad de poner en marcha un programa específico de desgravaciones e incentivos fiscales dirigidos a la actividad de capacitación lingüística en el empleo.
- Estudiar la creación de un programa estratégico dirigido a las empresas para promocionar esta actividad definiendo ciertas líneas de actuación en el diseño de las demandas realizadas.

Diferentes líneas y propuestas indicativas orientadas a generar y definir diversas medidas de actuación dentro del marco del Programa Lingua Empresa.

ANEXOS

ANEXOS

FICHA TÉCNICA

En el diseño y redacción del presente Diagnóstico se han aplicado diferentes líneas de aproximación a la realidad tal y como recogimos en la introducción metodológica. A continuación, por tanto, presentamos la ficha técnica de la investigación cualitativa y cuantitativa.

Fase cualitativa.

En la fase cualitativa trabajamos con entrevistas personalizadas y grupos de diagnóstico según la siguiente especificación:

- *ENTREVISTA N° 1: Responsable RR.HH. y Formación. Empresa con más de 50 trabajadores, participa en formación lingüística. Día 04/08/08.*
- *ENTREVISTA N° 2: Responsable RR.HH. y Formación. Empresa con más de 50 trabajadores, participa en formación lingüística. Día 31/07/08.*
- *ENTREVISTA N° 3: Gerente de Empresa Innovadora de Base Tecnológica (EIBTs), 10 trabajadores. Día 21/08/08.*
- *ENTREVISTA N° 4: Responsable RR.HH. y Formación. Empresa multinacional. Día 22/08/08.*
- *ENTREVISTA N° 5: Experto en métodos de aprendizaje de idioma. Día 14/08/08.*
- *ENTREVISTA N° 6: Experto en formación en la empresa. Día 20/08/08*
- *ENTREVISTA N° 7: Gerente Academia menos de 20 trabajadores. Día 30/07/08.*
- *ENTREVISTA N° 8: Profesional Autónomo, más de diez años de experiencia en el sector. Día 31/07/08.*
- *ENTREVISTA N° 9: Responsable de formación Academia. Día 30/07/08*

Y los grupos de diagnóstico que se aplicaron son los siguientes:

- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 1: Academias de idiomas. Día 12/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 2: Profesionales autónomos. Día 18/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 3: Otras entidades y centros que ofrecen formación lingüística en el ámbito de la empresa. Día 17/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 4: Técnicos de RR.HH. y Formación de empresas con más de 50 trabajadores. 19/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 5: Técnicos de RR.HH. y Formación de empresas con menos de 50 trabajadores. 24/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 6: Responsable de Formación de diferentes Asociaciones Profesionales. 22/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 7: Trabajadores y trabajadoras de diferentes empresas que han seguido cursos o programas de formación en idiomas. 25/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 8: Formadores autóctonos que trabajan en diferentes academias. 02/10/08.*
- *GRUPO DE DIAGNÓSTICO N° 9: Formadores nativos que trabajan en diferentes academias. 02/10/08.*

Fase cuantitativa.

Con objeto de completar la información recogida en la fase cualitativa, se realizaron cuatro encuestas, mediante cuestionario precodificado, a diferentes colectivos del sector:

- Academias de idiomas.
- Profesionales autónomos.
- Formadores.
- Empresas que realizan formación lingüística.

ACADEMIAS DE IDIOMAS.

Se presenta la siguiente ficha técnica

Universo	Academias de Idiomas
Ámbito geográfico	Comunidad Foral de Navarra.
Tamaño de la población	50 academias de idiomas.
Tamaño de la muestra	26 academias que realizan formación en empresas.
Criterio de la muestra	Academias que realizan formación en empresas.
Tipo de cuestionario	Personal y telefónico, según los casos.
Duración cuestionario	15 - 20 minutos.

PROFESIONALES AUTÓNOMOS.

En el caso de los profesionales autónomos

Universo	Profesionales autónomos que realizan formación en empresas
Ámbito geográfico	Comunidad Foral de Navarra.
Tamaño de la población	Desconocido
Tamaño de la muestra	11 profesionales autónomos
Criterio de la muestra	Profesional autónomo que trabaja en capacitación lingüística en el empleo.
Tipo de cuestionario	Personal y telefónico, según los casos.
Duración cuestionario	15 - 20 minutos.

FORMADORES.

Universo	Formadores que trabajan en academias de la Comunidad
Ámbito geográfico	Comunidad Foral de Navarra.
Tamaño de la población	170 - 200
Tamaño de la muestra	56 formadores
Criterio de la muestra	Formadores que realizan formación en empresas.
Tipo de cuestionario	Personal y autocumplimentable

Duración cuestionario	15 - 20 minutos.
------------------------------	------------------

EMPRESAS.

Universo	Empresas de la Comunidad que han realizado o realizan formación lingüística.
Ámbito geográfico	Comunidad Foral de Navarra.
Tamaño de la población	-----
Tamaño de la muestra	307 empresas
Criterio de la muestra	Representación empresas que realizan formación lingüística
Tipo de cuestionario	Telefónico. Sistema CATI.
Duración cuestionario	25 - 30 minutos.

A continuación recogemos cada uno de los cuestionarios, diseñados específicamente, y aplicados en esta fase:

Cuestionarios aplicados.

Nº CUESTIONARIO: ____/____/____/

ACADEMIAS DE IDIOMAS

CUESTIONARIO ANÓNIMO FORMACIÓN EN EL EMPLEO EN IDIOMAS LINGUA - EMPRESA

Buenas días/tardes, mi nombre es: _____. Desde CEIN, en colaboración con el Servicio Navarro de Empleo, dentro del Programa Lingua Empresa, estamos realizando un estudio para conocer, en profundidad, la situación del colectivo de empresas y entidades que ofrecen formación en idiomas en el ámbito de la empresa en Navarra. Por ello le rogamos que conteste al siguiente cuestionario ya que queremos recoger su opinión de manera directa. Toda la información es anónima y se analizará, de manera agregada, tal y como dicta la Ley de Protección de Datos.

Muchas gracias por su atención.

1. CARACTERIZACIÓN DEL PROVEEDOR

P.1. ¿Cuántos trabajadores/as tiene la empresa? _____

P.2. ¿Cómo se distribuyen estos trabajadores/as en relación a las siguientes áreas de actividad: Dirección/Gestión, Administración y Formación?

	Gestión/Dirección	Coordinación	Administración	Formación
Nº Trabajadores/as				

P3.- ¿En qué zona se encuentra su empresa? _____

P4.- ¿Desde cuándo lleva ofreciendo servicios de formación en idiomas a empresas y trabajadores/as en Navarra? Año: _____

P5.- En qué intervalo de los siguientes se encuentra la facturación global de su empresa / negocio / actividad

- | | |
|-------------------------|---|
| - Menos de 100.000€ | 1 |
| - De 100.000 a 250.000€ | 2 |

- De 250.001 a 500.000€ 3
- De 500.001 a 1.000.000€ 4
- Más de 1.000.000€ 5

P6.- ¿Qué porcentaje de su facturación se dedica a cada una de las siguientes actividades?

Actividad	Porcentaje
Traducción e interpretación	
Formación a empresas	
Formación a estudiantes	
Formación en colegios	
Formación adultos (no en empresas)	
Otro: _____	

P. 7. Respecto a la competencia, ¿Quiénes son para Ud. los principales competidores por orden de importancia?

- Otras academias de idiomas: _____
- Profesionales autónomos que se dedican a la formación en idiomas: _____
- Centros de formación abierta: _____
- Escuela Oficial de Idiomas: _____
- Centro de Navarra de Autoaprendizaje de Idiomas (CNAI): _____
- Otros: ¿Cuál?: _____

P.8. ¿En qué idiomas ofrecen servicios de formación a trabajadores/as?

	Sí (1)	No (0)
Inglés		
Francés		
Alemán		
Otros: _____		

P.9. Dentro de facturación de la formación en empresas o a trabajadoras/es, ¿qué porcentaje representa cada uno de los idiomas ofrecidos?

	Porcentaje
Inglés	
Francés	
Alemán	
Otros: _____	

2. CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

P.10. ¿Qué tipo de servicios se ofrecen a las empresas?

- Formación presencial en la empresa del cliente: ____
- Formación presencial en nuestro centro: ____
- Formación presencial, indistintamente, combinada con formación on - line: _
- Formación on - line específica para trabajadores/as: ____
- Traducción e interpretación (dentro de las empresas) ____
- Estancias en el extranjero ____
- Cursos intensivos ____
- Otro: ¿cuál/es?: _____

P.11. ¿Qué % representa la formación no presencial (on - line) dentro de su volumen de facturación? (en caso de ofrecerla) _____%

P. 12. Dentro de un hipotético caso de formación en una empresa donde se combina con la formación on - line, ¿Cuál es el % que representa este tipo de formación dentro de ese curso? _____%

P. 13. En relación con los horarios que prefieren las empresas para recibir formación en idiomas, ¿cómo se distribuye la misma entre las diferentes horas en su empresa, por orden de importancia?

- De 7.00 a 10.00 ____
- De 10.00 a 13.00 ____
- De 13.00 a 16.00 ____
- De 16.00 a 19.00 ____
- A partir de las 19.00 ____

P. 14. ¿Cuántas horas de formación, como media por grupo, reciben las empresas por semana?

- Entre 3,5 horas y 4 horas 1

- Entre 4 y 6 horas 2
- Más de 6 horas 3
- Otra: ¿cuál?: _____

P. 15. ¿Podría indicarme, a partir del siguiente intervalo, cuál es la media de facturación por hora de formación en idiomas en la empresa?

- Entre 15 - 25 € 1
- Entre 26 - 35 € 2
- Entre 36 - 45 € 3
- Más de 46 € 4
- NS/NC

P. 16. ¿En su empresa cuentan con una página Web que ofrece contenidos multimedia (interactivos) para el aprendizaje del idioma?

- Contamos con una página Web, pero no ofrecemos contenidos para el aprendizaje del idioma 1
- Contamos con una página Web y además ofrecemos contenidos multimedia en la misma 2
- No tenemos página Web 3

P. 17. ¿Conoce el Marco de Referencia Europeo del Aprendizaje de las Lenguas y el Portfolio en la formación de idiomas en la empresa? ¿Considerable factible su aplicación?

	Conoce		Considera factible	
	Si	No	Si	No
Marco de Referencia				
Portfolio				

3. FORMADORES

P. 18. ¿Cuántas horas de formación imparte a la semana un formador en su empresa?

P19.- Además de estas horas, ¿cuántas horas dedica un formador a la preparación de las clases a la semana?_____

P. 20. ¿Existe una mayor preferencia por los nativos en las diferentes empresas que contratan servicios de formación en idiomas?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.20.1 SINO PASAR A P. 21
--

P. 20.1. ¿Cuáles según Ud, los principales motivos de preferencia de nativos?

1º: _____

2º: _____

3º: _____

P. 21. ¿Qué % representan en su empresa los siguientes modelos de contratación de formadores?

Formadores contratados de manera indefinida %: _____

Formadores con un contrato fijo discontinuo %: _____

Formadores contratados con un contrato temporal %: _____

P. 22. Respecto a las/os formadoras/es con un contrato temporal, ¿cuál es la media en meses que suelen permanecer en la empresa?

Contratación temporal: _____

P. 23. ¿Qué % de formadoras/es pasa de una contratación temporal a una contratación fija?

P. 24. ¿Cuántos años, estableciendo una media, llevan en su empresa los formadoras/es con un contrato fijo y/o fijo - discontinuo? _____

P. 25. ¿Qué % de mujeres formadoras existen en su empresa? _____

P. 26. ¿Cuáles es el **principal motivo** por el que un/a formador/a abandona su empresa?

- Abandona el sector 1
- Se va a otra empresa 2
- Se establece por su cuenta 3
- Cambio de país/ciudad de residencia 4
- Otros: _____

P.27.- De los siguientes aspectos relacionados con la contratación de profesionales, ¿por cuáles se han visto afectados?

	Si (1)	No (0)
Escasez de personal cualificado		
“Fuga” a otros ámbitos más estables dentro del sector		
Rotación de las/os trabajadoras/es en las empresas		
Otros: _____		

4. PROCESO FORMATIVO

P. 28. Desde su punto de vista, ¿cómo valoraría la implicación y motivación de las/os alumnas/os trabajadoras/es siguiendo la siguiente escala?

- Muy alta 1
- Alta 2
- Media 3
- Baja 4
- Muy baja 5

P. 29. ¿Cree Ud que para un trabajador/a es más provechoso realizar la formación en idiomas fuera de su centro de trabajo?

- Sí 1
- No 2

P.30. ¿Se realizan pruebas de nivel cuando se inicia un proceso formativo con las diferentes empresas?

- Sí 1

- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.30.1 SINO PASAR A P. 31.
--

P30.1.- Las pruebas de nivel que se realizan, ¿En qué aspectos de los siguientes inciden?

	Si (1)	No (0)
Objetivos profesionales (conocimientos aplicados al sector y puesto de trabajo)		
Conocimiento gramática		
Habilidades conversación		
Conocimiento general del idioma		
Otros: _____		

P. 31. ¿Cómo es el proceso de seguimiento de las/os alumnas/os?

- No se realiza un proceso de seguimiento 1
- Es un proceso de seguimiento que consiste en un prueba final 2
- Es un proceso de seguimiento continuo que se realiza a través de un sistema específico 3
- Otros: ¿cuál?:_____ 9

P32.- A continuación le vamos a indicar una serie de herramientas o productos tecnológicos para la mejora de la producción y gestión de su empresa, ¿me podría indicar si los ha incorporado o no?

Cuenta correo de la empresa para las/os formadoras/es	Si (1)	No (0)
Ordenadores portátiles para la		
Servidores formación		
Internet para impartir clases		
Cuenta correo de la empresa para		
Laboratorio de idiomas		

Herramientas de gestión (Project Manager, etc.)		
Sistemas de calidad		
Otros: _____		

P33.- De los siguientes servicios para trabajadoras/es, ¿cuáles cree que pueden representar una oportunidad de negocio de futuro en su empresa o actividad?

	Si (1)	No (0)
Laboratorios de idiomas		
Cursos intensivos		
Estancias en el extranjero		
Servicios de traducción e interpretación		
Idiomas emergentes		
Castellano para trabajadoras/es extranjeras/os		
Detección - diagnóstico de necesidades de idiomas		
Planes de formación en idiomas para empresas		
Asesoramiento en subvenciones para la formación, cualificaciones, etc. para las empresas		
Otros: _____		

5. PROCESOS DE GESTIÓN

P. 34 ¿En qué grado tiene informatizadas las siguientes actividades en su empresa? (1=Mucho; 2= Algo; 3=Poco; 4=Nada)

	1	2	3	4
Contabilidad				
Gestión de la actividad y clientes				
Imagen de empresa y marketing				
RR.HH.				
Gestión de conocimiento				
Otros: _____				

P. 35 ¿Dispone de los siguientes procesos de gestión en su empresa?

	SI	NO
Plan Estratégico para los próximos años		
Sistema de gestión de calidad certificado: (especificar) _____		
Plan de gestión anual y presupuestos anuales		

6. COLABORACIÓN

P. 36. ¿Participa su empresa en algún tipo de asociación/agrupación/foro nacional, europeo e internacional?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.36.1 SINO PASAR A P. 37.
--

P. 36.1. ¿Sería tan amable de indicarnos en cual o cuáles?

Nacional: _____

Europeo: _____

Internacional: _____

P. 37. ¿En qué medida considera oportuna la colaboración con otros agentes del sector?

(1=Muy importante; 2=Importante; 3=Poco importante; 4=Nada importante)

	1	2	3	4
Con otras academias				
Con otras entidades del sector				
Con Universidades y centros de innovación				
Administración				
Agentes sociales				

P.38. ¿Han realizado algún tipo de colaboración durante los últimos 3 años?

- Sí 1
- No 2



P. 38.1. ¿Con qué tipo de agentes?

- Con otras academias o empresas del sector 1
- Con empresas - clientes 2
- Con universidades 3
- Con consultorías 4
- Entidades públicas 5
- Otros: _____

7. ASOCIACIONISMO

P. 39. ¿Cómo valoraría Ud. la necesidad de una asociación relacionada con el sector que se ocupe de las necesidades e intereses de la formación en idiomas en la empresa?

- Muy necesario 1
- Necesario 2
- Poco necesario 3
- Nada necesario 4

P.40. ¿Que tipo de acciones sería necesario que emprendiese dicha asociación para potenciar la actividad de capacitación lingüística en la región? (Marcar todas las opciones que desee)

- Defender los intereses del sector
1
- Promover la formación 2
- Intentar fomentar la innovación 3
- Fomentar la cooperación. 4
- Otras: _____ 6

P41.- ¿Qué medidas cree que la Administración debería implantar para potenciar la competitividad de su sector? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	Si (1)	No (0)
Sensibilización a las empresas		
Asesoramiento en la gestión de las subvenciones o ayudas		
Incentivos - desgravaciones a la formación		
Ayudas al I+D+i dentro del propio sector de proveedores de idiomas		
Otros: _____		

P42. En una escala de 1 a 10, donde el 1 es el menor y 10 el mayor valor, valore la eficacia de la formación que su empresa o actividad ofrece a las/os trabajadoras/es de las empresas en Navarra: _____

8. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

P.43. ¿Se ha planteado diversificar/ reorientar la actividad de su empresa?

- Si
- No —————▶ (pasar a la pregunta 44)

P43.1.- ¿Que tipo de oportunidad de diversificación/ reorientación de la actividad?

- Desarrollo de nuevos servicios. 1
- Diseño de nuevos productos o servicios . 2
- Otros _____

P.43.2.- ¿Que tipo de recursos necesitaría a la hora de cambiar o reorientar la actividad de su negocio? (*Escoger dos opciones*)

- Económico 1
- Tiempo 2
- Personal 3
- Tecnológico
- Formación específica 5
- Otros _____

P.44. Que porcentaje de crecimiento de las ventas estima para los próximos 3 años

- < 0% 1
- 1-5 % 2
- 6-15% 3
- 16-30% 4
- > 31% 5

9. MARKETING

P.45. En qué esta basada la estrategia de Marketing principalmente en su empresa. (*Escoger una opción*)

- Basada en precio 1

- Basada en diferenciación del producto 2
- Basada en la personalización del producto / servicios 3
- Otros (especificar) _____

P.46. ¿Cuales considera que son sus principales debilidades de competitividad en el área de ventas?

- Falta de regulación del mercado 1
- Crecimiento competencia 2
- Precio del servicio 3
- Aumento de costes 4
- Escasa planificación del servicio por parte del cliente 5
- Otros _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nº CUESTIONARIO: ____/____/____/ (NO RELLENAR)

FORMADORAS/ES

AUTOCUMPLIMENTABLE

ANÓNIMO

FORMACIÓN EN EL EMPLEO EN IDIOMAS

LINGUA - EMPRESA

Buenas días/tardes. CEIN y el Servicio Navarro de Empleo, en colaboración con Iter Investigación, estamos realizando un diagnóstico sobre la formación en idiomas en la empresa, dentro de Programa Específico denominado Lingua Empresa, dedicado a mejorar esta formación en los próximos años. Para ello necesitamos conocer su opinión a través de este cuestionario. Toda la información es anónima y se analizará, de manera agregada, tal y como indica la Ley de Protección Datos.

1. CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y FAMILIAR

P. 1. Sexo:

- Varón 1
- Mujer 2

P. 2. Edad: _____

P. 3. Su estado civil actual es:

- Casada/o 1
- Soltera/o 2
- Separada/o 3
- Viuda/o 4

P. 4. ¿Tiene hijas/os?

- Sí 1 → ¿Cuántas/os? _____
- No 2

P. 5. ¿Ha nacido Ud fuera de España?

- Sí 1 → P6.1.

- No 2 → P.6.2.

P. 6.1. ¿En qué país ha nacido? _____

P. 6.2 Por el hecho de no ser nativa/o, ¿Cree que las empresas valoran igual su trabajo?

- No, en general, las empresas prefieren formadoras/es nativos 1
- Si, me siento igual de valorado que las nativas/os 2
- Otro (especificar): _____

P. 6.3. ¿Antes de llegar a Navarra, residió en algún otro lugar de España?

- Sí 1 → P.6.3.1
- No 2 → P.7

P. 6.3.1 ¿Cuánto tiempo estuvo en ese lugar antes de llegar a Navarra? ¿Y en Navarra?

	En otro lugar	Navarra
Menos de 6 meses		
6 meses - 1 año		
1 - 2 años		
Más de 2 años		

2. FORMACIÓN / CUALIFICACIÓN

P.7. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- Sin estudio 1
- Estudios primarios 2
- Bachiller elemental (FP 1 - ESO) 3
- Bachillerato superior/BUP/FP 2 4
- Estudios Universitarios medios 5
- Estudios Universitarios Superiores 6
- Estudios de tercer ciclo 7

SI TIENE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS MEDIOS, SUPERIORES O DE TERCER CICLO RESPONDER 7.1.
--

P. 7.1. ¿Qué tipo de estudios universitarios tiene? _____

P. 8. ¿Ha realizado durante el último año algún curso de formación relacionada con su trabajo?

- Sí 1 → p8.1.
- No 2 → p9

P. 8.1. ¿Qué tipo de formación ha realizado? Curso realizado: _____

P. 9. ¿En su empresa se ofrece formación a las trabajadoras/os?

- Sí se ofrece la posibilidad de hacer cursos de formación específicos 1
- No, pero se dan facilidades para realizar cursos fuera de la empresa 2
- No se ofrece formación 3

P. 10. ¿Qué idioma/s enseña a las/os trabajadoras/as?

- Inglés 1
- Francés 2
- Alemán 3
- Castellano 4
- Otro idioma: _____

P. 11. ¿Para sus clases qué materiales utiliza con mayor frecuencia?

- Libros de texto específicos para formación de trabajadoras/es 1
- Fotocopias con diferentes actividades y ejercicios 2
- Clases con ordenador portátil para poner ejemplos de Internet 3
- Materiales específicos del sector de la empresa 4
- Cintas de audio/video/cd/dvd 5
- Otros: _____

P. 12. ¿En sus clases sigue algún tipo de programa específico?

- Sí 1 → P.12.1
- No 2 → P.12.2

P. 12.1. ¿Qué tipo de programación? _____

P. 12.2. ¿Qué criterios sigue para organizar sus clases? _____

P. 13. ¿Dispone en las empresas de los siguientes recursos para dar las clases?

	SI	NO
Sala clase para los grupos.		
Pizarra.		
Conexión a Internet.		
Cañón reflector para proyectar.		
Diccionarios de idiomas.		
Televisión.		
Reproductor de cd/dvd.		

P. 14. ¿Cuáles son las actividades más comunes que se realizan en sus clases?

- Ejercicios orales o escritos sobre cualquier tema relacionado con el idioma 1
- Ejercicios orales o escritos sobre la actividad de la empresa 2
- "Roll - playing" o simulaciones sobre cualquier actividad de la empresa 3
- Otro tipo de ejercicios: _____

P. 15. ¿Qué % de las clases que se da en las empresas son en grupo e individuales?

Grupo %: _____

Individuales %: _____

SI REALIZA FORMACIÓN INDIVIDUAL RESPONDER 15.1

P. 15.1. ¿Las clases individuales que realiza a quiénes van dirigidas?

- A gerentes/directoras/es/directivos/os de empresas 1
- A trabajadoras/es, que no pertenecen al grupo anterior, y necesitan aprender más rápidamente el idioma 2
- Otro (especificar): _____

SI REALIZA FORMACIÓN EN GRUPOS RESPONDER P. 16, P. 17 y P.18

P. 16. En las clases en grupo, ¿Cuál es el tamaño medio de los grupos?

- 6 o menos de 6 personas por grupo 1
- Entre 7 y 10 personas por grupo 2
- Más de 10 personas por grupo 3

P. 17. ¿Realiza alguna prueba de conocimiento a las/os diferentes trabajadoras/es para formar los grupos?

- Sí 1
- No 2

P. 18. A la hora de formar los grupos en las clases que da en las empresas, según su opinión, ¿cuál es el criterio que se sigue a la hora de formar los mismos?

- El nivel de conocimiento de las/os trabajadoras/os 1
- Las necesidades específicas de conocimiento del idioma de las/os diferentes trabajadores/as 2
- Las opinión de los responsables de formación de las empresas en relación al presupuesto, a los horarios o a la disponibilidad de las/os trabajadoras/es 3

P. 19. ¿Realiza algún tipo de clase on - line?

- Sí 1
- No 2

P. 20. ¿Según su opinión, cuál es el motivo principal de sus alumnas/os para aprender un idioma?

- Necesitan aprender el idioma para aplicarlo en su actividad profesional 1
- Desean aprender el idioma, pero no tiene necesidad de aplicarlo para su actividad profesional 2
- Otra (especificar): _____

P. 21. ¿Cómo definirías el grado de interés de las alumnas/os en sus clases?

- Muy alto 1
- Alto 2
- Normal 3
- Bajo 4
- Muy bajo 5

P. 22. ¿Suelen ser puntuales las/os trabajadoras/es en sus clases de idiomas?

- Sí 1
- No 2

P. 23. ¿Cómo calificaría la falta de asistencia de las/os trabajadoras/es a medida que va avanzado el curso?

- Muy alta 1
- Alta 2
- Normal 3
- Baja 4
- Muy baja 5

P. 24. ¿Conoce el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas?

- Sí 1
- No 2

P. 25. ¿Conoce el Portafolio Europeo de las Lenguas?

- Sí 1
- No 2

P. 26. ¿Cuántas horas de clase tiene a la semana con los diferentes tipos de alumnas/os?

- Horas de clase de trabajadoras/es, subvencionadas por la empresa: _____
- Horas de clase de trabajadoras/es subvencionadas por el propio trabajadora/or: _____
- Horas de clase con otro tipo de alumnas/os: _____

P. 27. ¿Cuántas horas dedica a preparar las clases de las/os trabajadoras/es? _____

P. 28. De las siguientes cuestiones, ¿Cuáles de las siguientes dificultan tu actividad?

El desplazamientos hasta las empresas	
Horario de las clases en las empresas	
Poco motivación de las alumnas/os	
Falta de asistencia de los alumnas/os	
Salarios bajos	
Falta de puntualidad de los alumnas/os	
Condiciones materiales de la salas donde se dan las clases	
Falta de trabajo en verano	
El tamaño de los grupos	
Diferencias de conocimiento dentro de los grupos	
Falta de objetivo profesional en el	

aprendizaje	
-------------	--

P. 29. ¿Cree que necesita reforzar o mejorar su formación en alguna de las siguientes áreas?

(Escoger todas las opciones que se desee)

- Formación en cultura empresarial 1
- Formación en idioma castellano para ofrecer un mejor explicación de ciertos conocimientos 2
- Formación en metodología de enseñanza de idiomas. 3
- Formación para motivar a las/os alumnas/os 4
- Formación en recursos (Internet, libros, manuales, etcétera) para enseñar el idioma 5
- Otro (especificar): _____

P. 30. Independiente de las necesidades de formación, ¿Estaría dispuesto a realizar algún curso de formación apoyado por la administración?

- Sí 1 → P.30.1
- No 2

P. 30.1. ¿Según su opinión, cuál es la mejor época del año para realizar un curso de formación?

- Me da igual una época que otra 1
- De octubre a junio 2
- De julio a septiembre 3
- Otra (especificar): _____

4. TRAYECTORIA PROFESIONAL

P. 31. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la actual empresa?

Tiempo de trabajo: _____

P. 32. ¿Ha trabajado anteriormente en otras academias o centros de formación?

- Sí, cuantas: _____ 1 → P.32.
- No 2

P. 33. ¿Qué medios ha utilizado para cambiar de centro de trabajo?

- Me he ofrecido a otras empresas directamente 1
- He seguido anuncios de ofertas de empleo 2
- Me han recomendado amigas/os, conocidas/os 3
- Otro (especificar): _____

P. 34. ¿Qué tipo de contrato tiene actualmente?

- Contrato indefinido 1
- Contrato fijo - discontinuo 2
- Contrato temporal 3
- Otro (especificar): _____

P. 35. ¿Le gustaría establecerse como autónomo en los próximos años?

- Sí 1
- No 2

P. 36. ¿Piensa seguir en el sector durante los próximos cinco años?

- No, mi objetivo es conseguir una plaza en la enseñanza pública
- No, mi objetivo es conseguir experiencia laboral y abandonar el sector.
- Sí, me gustaría seguir en el sector.

P. 37. ¿Le importaría inscribirse en algún registro público para recibir información sobre cursos de formación?

- Sí 1
- No 2

AGRADECEMOS SINCERAMENTE SU COLABORACIÓN

PROFESIONALES AUTÓNOMOS

ITER INVESTIGACIÓN

CEIN

Nº CUESTIONARIO: ____/____/____/

PROFESIONALES AUTÓNOMOS

CUESTIONARIO ANÓNIMO

CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA

LINGUA - EMPRESA

Buenas días/tardes, mi nombre es: _____. Desde CEIN, en colaboración con el Servicio Navarro de Empleo, dentro del Programa Lingua Empresa, estamos realizando un estudio para conocer, en profundidad, la situación del colectivo de empresas y entidades que ofrecen formación en idiomas en el ámbito de la empresa en Navarra. Por ello le rogamos que conteste al siguiente cuestionario ya que queremos recoger su opinión de manera directa. Toda la información es anónima y se analizará, de manera agregada, tal y como dicta la Ley de Protección de Datos.

1. CARACTERIZACIÓN DEL PROVEEDOR

P.1.- ¿En qué zona realiza su actividad? (TARJETA CON LAS ZONAS)

Zona: _____

P2.- ¿Desde cuándo lleva ofreciendo servicios de formación en idiomas a empresas y trabajadores/as en Navarra?

Año: _____

P3.- ¿En qué país nació Ud.?

País nacimiento: _____

P4.- En qué intervalo de los siguientes se encuentra tu facturación anual

- Menos de 15.000 € 1
- De 15.001 a 25.000 € 2
- De 25.001 a 35.000 € 3
- De 35.001 a 46.000 € 4
- Más de 46.000 € 5

P5.- ¿Qué porcentaje de su facturación se dedica a cada de las siguientes actividades?

Actividad	Porcentaje
Traducción e interpretación	
Formación a empresas (trabajadores/as)	
Formación a estudiantes	
Formación en colegios	
Formación adultos (no en empresas)	
Otro: _____	

P. 6. Respecto a la competencia, ¿Quiénes son para Ud. los principales competidores por orden de importancia? (SIN LEER: SEÑALE TANTA OPCIONES COMO DESEE, INDICANDO LA PRIORIDAD DE LAS MISMAS)

- Otras academias de idiomas: _____
- Profesionales autónomos que se dedican a la formación en idiomas: _____
- Centros de formación abierta: _____
- Escuela Oficial de Idiomas / Servicios de Idiomas de las Universidades: _____
- Centro Navarro de Autoaprendizaje de Idiomas (CNAI): _____
- Otros: ¿Cuál?: _____: _____

P.7. ¿En qué idiomas ofrecen servicios de formación a trabajadores/as?

	Si (1)	No (0)
Inglés		
Francés		
Alemán		

Otros: _____		
--------------	--	--

P.8. Dentro de facturación de la formación en empresas o a trabajadoras/es, ¿qué porcentaje representa cada uno de los idiomas ofrecidos?

	Porcentaje
Inglés	
Francés	
Alemán	
Otros: _____	

2. CARACTERIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

P.9. ¿Qué tipo de servicios ofrece a las empresas? ELEGIR TANTAS COMO DESEE POR ORDEN DE IMPORTANCIA

- Formación presencial en la empresa del cliente: _____
- Formación presencial en nuestro centro: _____
- Formación presencial, indistintamente, combinada con formación on - line: _____
- Formación on - line específica para trabajadores/as: _____
- Traducción e interpretación (dentro de las empresas) _____
- Estancias en el extranjero _____
- Cursos intensivos _____
- Otro: ¿cuál/es?: _____ _____

P.10. ¿Qué % representa la formación no presencial (on - line) dentro de su volumen de facturación? (en caso de ofrecerla)

Formación on - line: _____%

P. 11. Dentro de un hipotético caso de formación en una empresa donde se combina con la formación on - line, ¿Cuál es el % que representa este tipo de formación dentro de ese curso?

On - line: _____%

P. 12. En relación con los horarios que prefieren las empresas para recibir formación en idiomas, ¿cómo se distribuye la misma entre las diferentes horas en su empresa, por orden de importancia?

- De 7.00 a 10.00 _____
- De 10.00 a 13.00 _____
- De 13.00 a 16.00 _____
- De 16.00 a 19.00 _____
- A partir de las 19.00 _____

P. 13. ¿Cuántas horas de formación, como media por grupo, reciben la empresa o empresas por semana en las cuales Ud realiza formación?

- Entre 3,5 horas y 4 horas 1
- Entre 4 y 6 horas 2
- Más de 6 horas 3
- Otra: ¿cuál?: _____ 4

P. 14. ¿Podría indicarme, a partir del siguiente intervalo, cuál es la media de facturación por hora de formación en idiomas en la empresa?

- Entre 15 - 25 € 1
- Entre 26 - 35 € 2
- Entre 36 - 45 € 3
- Más de 46 € 4
- NS/NC 5

P. 15. ¿Trabaja o ha trabajado, como autónomo, para academias o centros de formación?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.15.1, P.15.2 y 15.3

SINO PASAR A P.17

P. 15. 1. ¿Qué % a la semana de horas representa este trabajo respecto al total de horas de formación semanales que imparte?

Porcentaje: _____

P. 15.2. ¿Qué % de su facturación representa la formación que realiza para otras academias o centros de formación?

Porcentaje: _____

P. 15.3. ¿Cuál es el precio por hora que percibe cuándo trabaja para otras academias o centros de formación?

- Entre 15 - 25 € 1
- Entre 26 - 35 € 2
- Entre 36 - 45 € 3
- Más de 46 € 4
- NS/NC 5

P. 17. ¿Conoce el Marco de Referencia Europeo del Aprendizaje de las Lenguas y el Portfolio en la formación de idiomas en la empresa? ¿Y considerable factible su aplicación?

	Conoce		Considera factible	
	Si	No	Si	No
Marco de Referencia				
Portfolio				

P. 18. ¿Cuántas horas de formación imparte a la semana en la empresa o diferentes empresas?

Horas formación semana: _____

P.19.- Además de estas horas, ¿cuántas horas dedicas a la preparación de las clases a la semana?

Horas Preparación: _____

P. 20. ¿Existe una mayor preferencia por los nativos en las diferentes empresas que contratan servicios de formación en idiomas?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.20.1

SINO PASAR A P. 21

P. 20.1. ¿Cuáles según Ud, los principales motivos de preferencia de nativos?

1º: _____

2º: _____

3º: _____

P. 21. ¿En cuántas empresas imparte Ud formación?

Nº Empresas: _____

P. 22. ¿A cuántos trabajadores/as?

Nº Trabajadores/as: _____

P. 23. ¿A través de qué medios llega Ud a las empresas?

- | | |
|--|---|
| - Mediante amigas/os o conocidos/as que me recomiendan a otra empresas | |
| 1 | |
| - Mediante otros colegas | 2 |
| - Mediante mi página Web | 3 |
| - Mediante anuncios en prensa | 4 |
| - Mediante diferentes anuncios en Internet | 5 |
| - Mediante mi labor comercial (tarjetas y trípticos en empresas) | 6 |
| - Otros: _____ | 7 |

P. 24. ¿Tiene alguna trabajadora/or contratada/o?

- | | |
|------|---|
| - Sí | 1 |
| - No | 2 |

SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.24.1

SINO PASAR A P. 26

P. 25. ¿Cuántas/os trabajadoras/es?

Nº: _____

P. 26. ¿Cuenta con algún otro tipo de ayuda o colaboración de alguna otra persona para realizar su trabajo?

- No cuenta con ningún tipo de ayuda 1
- Sí, cuento con ayuda familiar (mi cónyuge o familiar) para realizar parte de mi actividad 2
- Sí, colaboró con otro colega para realizar algunas actividades 3
- Otros: _____ 4

P. 27. ¿En su caso cuenta con una página Web específica que ofrece contenidos multimedia (interactivos) para el aprendizaje del idioma?

- Cuento con una página Web, pero no ofrecemos contenidos para el aprendizaje del idioma 1
- Cuento con una página Web y además ofrecemos contenidos multimedia en la misma 2
- No tengo página Web 3

P. 28. ¿Cómo cree Ud que valoran su trabajo desde las empresas, por un lado, y desde las trabajadoras/es por otro? De muy satisfechos a nada satisfechos

	Empresas	Trabajadoras/es
Muy Satisfechos		
Satisfechos		
Normal		
Poco satisfechos		
Nada satisfechos		

P. 29. ¿Por qué cree Ud. que las empresas eligen a formadores autónomos? RESPUESTA MÚLTIPLE

	Si (1)	No (0)
Por experiencia y pedagogía de los autónomos		
Porque la formación que ofrecemos se adapta más a		

las necesidades de la empresa		
Por el precio		
Porque las clases se preparan mejor		
Porque se utilizan más contenidos on - line		
Otros: _____		

P. 30. Desde su punto de vista, ¿cómo valoraría la implicación y motivación de las/os alumnas/os trabajadoras/es siguiendo la siguiente escala?

- Muy alta 1
- Alta 2
- Media 3
- Baja 4
- Muy baja 5

P.31. ¿Se realizan pruebas de nivel cuando se inicia un proceso formativo con las diferentes empresas?

- Sí 1
- No 2

**SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.27.1
SINO PASAR A P. 28.**

P.31.1.- Las pruebas de nivel que se realizan, ¿En qué aspectos de los siguientes inciden?

	Si (1)	No (0)
Objetivos profesionales (conocimientos aplicados al sector y puesto de trabajo)		
Conocimiento gramática		
Habilidades conversación		
Conocimiento general del idioma		
Otros: _____		

P. 32. ¿Cómo es el proceso de seguimiento de las/os alumnas/os?

- No se realiza un proceso de seguimiento 1
- Es un proceso de seguimiento que consiste en un prueba final 2

- Es un proceso de seguimiento continuo que se realiza a través de un sistema específico 3
- Otros: ¿cuál?: _____ 4

P.33.- A continuación le vamos a indicar una serie de herramientas o productos tecnológicos para la mejora de la gestión de su actividad, ¿me podría indicar si los ha incorporado o no?

	Si (1)	No (0)
Ordenadores portátiles para la formación		
Cuenta correo para la formación		
Servidor para formación		
Internet para impartir clases		
Herramientas de gestión (Project Manager, etc.)		
Sistemas de calidad		
Otros: _____		

P.34.- De los siguientes servicios para trabajadoras/es en formación en idiomas, ¿cuáles cree que pueden representar una oportunidad de negocio de futuro en su actividad?

	Si (1)	No (0)
Laboratorios de idiomas		
Cursos intensivos		
Estancias en el extranjero		
Servicios de traducción e interpretación		
Idiomas emergentes		
Castellano para trabajadoras/es extranjeras/os		
Detección - diagnóstico de necesidades de idiomas		
Planes de formación en idiomas para empresas		
Asesoramiento en subvenciones para la formación, cualificaciones, etc. para las empresas		
Otros: _____		

P. 35. ¿Participa en algún tipo de asociación/agrupación/foro nacional, europeo e internacional?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, REALIZAR P.34.1

SINO PASAR A P. 35.

P. 35.1. ¿Sería tan amable de indicarnos en cual o cuáles?

Comunidad: _____

Nacional: _____

Europeo: _____

Internacional: _____

P. 36. ¿Estaría dispuesta/o a formar un asociación profesional con otros colegas en Navarra?

- Sí, pero sólo con otras/os profesionales autónomos.
- Sí, con otras/os profesionales autónomos y con las academias.
- No, estaría dispuesta/o.

P. 37. ¿Tiene algún tipo de acuerdo de cooperación/alianza con alguna entidad en relación a su actividad?

- Sí 1
- No 2

P38.- ¿Qué medidas cree que la Administración debería implantar para potenciar la competitividad de su sector? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	Si (1)	No (0)
Sensibilización a las empresas - clientes		
Asesoramiento en la gestión de las subvenciones o ayudas		
Incentivos - desgravaciones a la formación		
Ayudas al I+D+i dentro del propio sector de proveedores de idiomas		
Otros: _____		

P39. En una escala de 1 a 10, donde el 1 es el menor y 10 el mayor valor, valore la eficacia de la formación que su empresa o actividad ofrece a las/os trabajadoras/es de las empresas en Navarra: _____

P40. Para terminar, ¿cuáles cree que son los dos aspectos mejor valorados por parte de las empresas dentro de la formación en idiomas? (RESPUESTA MÚLTIPLE - DOS OPCIONES)

- | | |
|---|---|
| - Precio del servicio | 1 |
| - Adaptación de horarios | 2 |
| - Tamaño de la academia | 3 |
| - Profesoras/es nativas/os | 4 |
| - Diagnóstico, seguimiento y evaluación de la formación | 5 |
| - Referencias o conocimiento previo del proveedor | 6 |
| - Otros: _____ | 7 |

ANOTAR

SEXO:

EDAD:

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

EMPRESAS

ITER INVESTIGACIÓN

CEIN

Nº CUESTIONARIO: ____/____/____/

CUESTIONARIO EMPRESAS

LINGUA - EMPRESA

CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA

CUESTIONARIO DE APLICACIÓN TELEFÓNICA

SISTEMA CATI

Buenas días/tardes, mi nombre es: _____. Desde CEIN, en colaboración con el Servicio Navarro de Empleo, dentro de un Plan específico denominado Lingua Empresa estamos realizando un diagnóstico global de la formación en idiomas que incluye a empresas proveedoras y empresas demandantes orientado a mejorar la capacitación en idiomas comerciales de empresas en Navarra. Por ello le rogamos que conteste al siguiente cuestionario ya que queremos recoger su opinión de manera directa. Toda la información es anónima y se analizará, de manera agregada, tal y como dicta la Ley de Protección de Datos. Muchas gracias por su atención.

1. CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

P.1. ¿Cuántos trabajadores/as existen en la empresa en la que Ud desarrolla su actividad?

- | | |
|---------------|---|
| - De 1 a 10 | 1 |
| - De 11 a 49 | 2 |
| - De 50 a 199 | 3 |
| - 200 o más | 4 |
| - NS/NC | 9 |

P.2. ¿Cuántos años tiene la empresa?

Antigüedad: _____ -

P.3. ¿Sería tan amable de indicarme el tipo de actividad que realizan?

Actividad: _____

P.4.- De los siguientes tramos de facturación, ¿me podría indicar en cuál se encuentra su empresa?

- | | |
|---------------------------------|---|
| - Menos de 500.000€ | 1 |
| - Entre 500.000€ y 1.000.000€ | 2 |
| - Entre 1.000.000€ y 2.000.000€ | 3 |
| - Más de 2.000.000€ | 4 |
| - NS/NC | 9 |

P5.- ¿Cuál es la procedencia del capital mayoritario en su empresa?

- | | |
|-------------------------|---|
| - Capital familiar | 1 |
| - Capital nacional | 2 |
| - Capital multinacional | 3 |
| - NS/NC | 9 |

P. 6. Aproximadamente, ¿Qué volumen de producción representa el mercado internacional en su empresa?

- | | |
|-------------------------|---|
| - Nada | 1 |
| - Menos del 25% | 2 |
| - Entre el 25% y el 50% | 3 |
| - Más del 50% | 4 |
| - NS/NC | 9 |

SI RESPONDE 2, 3 y 4, REALIZAR P. 6.1., SI NO PASAR A P.7
--

P.6.1. ¿Les gustaría aumentar esta presencia en el mercado internacional o prefiere el mercado nacional?

- | | |
|---|---|
| - Preferimos crecer en el mercado internacional | 1 |
| - Preferimos crecer en el mercado nacional | 2 |
| - Queremos crecer en ambos, indistintamente | 3 |

P. 7. ¿En su empresa, además del castellano, utilizan algún otro idioma para realizar cualquier fase de la actividad?

- Sí 1
- No 2

SI RESPONDE 1, REALIZAR P. 7.1, 7.2, 7.3, 7.4, 7.5 y 7.6
SI NO PASAR A P.8.

P.7.1. Dentro de su empresa, ¿cuáles son las principales actividades para las que utiliza idiomas diferentes al castellano? (Respuesta Múltiple)

Actividad	SI (1)	NO (0)
Venta de productos		
Compra de productos		
Adquisición de conocimientos		
Innovación		
Cooperación		
Otros: _____		

P.7.2. Dentro de cada una de las actividades para las que utiliza estos idiomas, ¿me podría decir el porcentaje de utilización de idiomas de cada uno de los siguientes puestos de trabajo? ¿Y cuál es el porcentaje que dentro de un plazo de 10 años prevé que van a necesitar en cada uno de ellos?

Actividad	Puestos directivos		Mandos intermedios		Producción		Técnicos I+D+i	
	% uso	% necesidad futura	% uso	% necesidad futura	% uso	% necesidad futura	% uso	% necesidad futura
Venta de productos								
Compra de productos								
Adquisición de conocimientos								
Innovación								

Cooperación								
-------------	--	--	--	--	--	--	--	--

P.7.3. ¿Qué idiomas, por orden de importancia, en el caso de que trabajen con más de uno, diferente al castellano utilizan frecuentemente?

1º Idioma: _____

2º Idioma: _____

3º Idioma: _____

P.7.4. ¿Se ha realizado un diagnóstico formal de las competencias (conocimiento) de idiomas según el puesto de trabajo?

Puesto de trabajo	SI (1)	NO (0)
Puestos Directivos		
Mandos intermedios		
Producción		
Técnicos de I+D+i		
Otros: _____		

P.7.5. ¿Qué porcentaje de cada uno de los puestos de trabajo de su empresa tienen algún título en idiomas?

Puesto de trabajo	Porcentaje
Puestos Directivos	
Mandos intermedios	
Producción	
Técnicos de I+D+i	
Otros: _____	

P.7.6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento del castellano del personal extranjero dentro de su empresa?

- No hay personal extranjero 9
- Muy alto 1
- Alto 2

- Medio 3
- Bajo 4
- Muy bajo 5

P.8. ¿Se exigen conocimientos de idiomas para determinados puestos de trabajo en los procesos de selección que realizan en su empresa?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 9

SI RESPONDE 1, REALIZAR P. 8.1.

SI NO PASAR A P.9.

P. 8.1. De los siguientes idiomas, ¿cuál se exige para cada uno de los puestos de trabajo en los procesos de selección dentro de su empresa?

	Puestos directivos	Manos intermedios	Producción	Técnicos de I+D+i	Otros: ____
Inglés					
Francés					
Alemán					
Otros: _____					

2. FORMACIÓN EN IDIOMAS REALIZADA

P. 9. ¿Alguna/o trabajadora/or de su empresa ha participado en algún tipo de curso/programa/acción formativa de idiomas durante los últimos tres años?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 3

SI RESPONDE 2 y 3 PASAR A P.9.1 y TERMINAR EL CUESTIONARIO

SI NO REALIZAR P.10 Y CONTINUAR.

P. 9.1. ¿Cuáles son las razones por las cuales las/los trabajadoras/es de su empresa no han realizado formación en idiomas?

1º: _____

2º: _____

3º: _____

P. 10. ¿De qué tipo de formación se trata?

- Formación que se organiza en otros centros, diferentes a la empresa 1
- Formación que se ha organizado y gestionado en la empresa 2
- Ambos tipos de formación 3

SI HAN RESPONDIDO 1 REALIZAR 10.1 Y PASAR A P.30.

SI HAN RESPONDIDO 2 PASAR A P. 11

SI HAN RESPONDIDO 3 PASAR A 10.1Y SEGUIR EN P. 11.

P10.1.- Para los siguientes idiomas, ¿me podría especificar el centro de formación, el número de trabajadoras/es que han acudido desde su empresa y las horas dedicadas a esta formación?

Idioma	Centro	Número de trabajadoras/es	Horas
Inglés			
Francés			
Alemán			
Otro: _____			

Vamos a comentar ahora la formación que se ha hecho en la empresa

P. 11. ¿Desde que año llevan realizando, aproximadamente, formación en idiomas en la empresa?

Año: _____

P. 11.1. Durante el último año de referencia, podría indicarme, ¿en qué idioma/s se ha realizado formación en su empresa por orden de importancia?

	Si (1)	No (0)
Inglés		
Francés		
Alemán		
Otros: _____		

P. 11.2. ¿Y en la formación que comienza ahora?

	Si (1)	No (0)
Inglés		
Francés		
Alemán		
Otros: _____		

P. 11. 3. ¿Durante el último verano la empresa ha organizado algún tipo de formación en idiomas?

- Sí 1
- No 2

P. 12 ¿Cómo se organiza la formación en su empresa?

	Si (1)	No (0)
Cursos en la empresa durante varios meses		
Cursos intensivos		
Estancias en el extranjero		
Asistencia a la Escuela Oficial de Idiomas de las/os trabajadoras/es		
Otro: _____		

P. 12.1. ¿Se han introducido cambios en la organización de la formación durante los últimos 5 años?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, PASAR A REALIZAR P12.2, P12.3

SI NO PASAR A P. 13

P.12.2 ¿Qué cambios se han introducido en la organización de la formación en idiomas?

1º: _____

2º: _____

3º: _____

P12.3. ¿Cómo han percibido las/os trabajadoras/es estos cambios en la organización de la formación en idiomas?

- Muy bien 1
- Bien 2
- Ni bien ni mal 3
- Mal 4
- Muy mal 5

P13. Durante el último año, teniendo en cuenta la formación realizada ¿qué porcentaje representa la formación en idiomas sobre el total destinado a la formación?

Porcentaje sobre el total: _____

P14. Durante el último año, ¿qué porcentaje de la facturación global de la empresa se ha destinado a la formación en idiomas?

Porcentaje sobre el total: _____

P15. ¿Solicita la parte correspondiente de la subvención de la formación en idiomas a la Fundación Tripartita?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, PASAR A REALIZAR p15.1

SI HAN RESPONDIDO 2, PASAR A REALIZAR p15.2

P15.1 ¿En qué medida está satisfecho con la gestión de la subvención de la formación en idiomas de la Fundación Tripartita?

- Muy positiva 1
- Positiva 2
- Negativa 3
- Muy negativa 4

P15.2 ¿Cuál es el motivo principal por el que no han solicitado la subvención de la formación en idiomas de la Fundación Tripartita?

- Desconocimiento de la subvención 1
- Excesiva burocracia 2
- Falta de personal preparado para solicitar la misma 3
- Otros: _____ 4

P. 16. ¿Realizan algún tipo de planificación anual de la formación, donde se recogen, específicamente, las acciones formativas relativas a los idiomas?

- Sí 1
- No 2

P. 17. ¿Cuántos meses dura la formación según los idiomas?

	Meses
Inglés	
Francés	
Alemán	
Otros: _____	

P. 18. ¿De cuántas horas es la formación que reciben sus trabajadores por semana en función de los diferentes idiomas?

	Horas / Semana
Inglés	

Francés	
Alemán	
Otros: _____	

P. 19 A la hora de organizar los grupos para la formación en idiomas, ¿cuál es la prioridad?

- Necesidades de horarios 1
- Presupuesto 2
- Niveles profesionales 3
- Nivel de conocimiento 4
- Necesidades de idiomas 5
- No se organiza por grupos 6

P. 20 ¿Cuántos grupos se forman en su empresa para la formación en idiomas?

Nº GRUPOS: _____

P. 21 ¿Aproximadamente, cuántas personas asisten por grupo a los cursos de idiomas?

PERSONAS POR GRUPO: _____

P. 22. ¿Los directivos asisten a los grupos?

- Sí 1
- No 2

P. 23. ¿Qué porcentaje de trabajadoras/es de su empresa han participado en formación durante el último curso?

Porcentaje: _____

P. 24. ¿Y en el curso que comienza ahora?

Porcentaje: _____

P. 25. ¿La empresa controla la asistencia de las/los trabajadoras/es a los cursos de idiomas?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, PASAR A 25.1.

SI NO PASAR A P.26

P. 25.1. ¿En su empresa se controla la asistencia de las/los trabajadoras/es a los cursos de idiomas?

- Sí 1
- No 2

P. 26. ¿Cómo calificaría, tras las primeras semanas de curso, la asistencia a formación en idiomas en su empresa durante el curso pasado?

- La asistencia es completa, tras las primeras semanas 1
- La asistencia desciende, tras las primeras semana 2
- La asistencia desciendo mucho, tras la primeras semanas 3
- Otra: ¿Cuál? _____ 4

P. 27. ¿La empresa conoce, a través de ciertas pruebas de evaluación o conocimiento que realizan las/los formadoras/es, la evolución del aprendizaje de idiomas de las/los trabajadoras/es que asisten a los cursos?

- Sí 1
- N° 2

SI HAN RESPONDIDO 1, PASAR A 27.1.

SI NO PASAR A P.28

P. 27.1. ¿Cómo son esas pruebas de conocimiento?

- Pruebas de control/seguimiento que realizan los formadores 1
- Exámenes oficiales 2
- Otra: ¿cuál?: _____ 3

P. 28. ¿En qué horario se realiza en su empresa la formación en idiomas?

- De 7.00 a 10.00 1
- De 10.00 a 13.00 2

- De 13.00 a 16.00 3
- De 16.00 a 19.00 4
- A partir de las 19.00 5

SI HAN RESPONDIDO 1, PASAR A 28.1.

SI NO PASAR A P.29.

P.29. ¿Estaría dispuesto a cambiar el horario de algunas de clases que se realizan a primera hora de la mañana?

- Sí 1
- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1, PASAR A 28.1.

SI NO PASAR A P.29.

P.29.1. ¿Qué horario le parecía el más adecuado, además del anterior?

HORARIO: _____

P.30. ¿Cómo se reparten las horas de formación en la empresa?

- Se realizan en la jornada laboral, mediante un reparto equitativo de las mismas entre la empresa y el trabajador o trabajadora. 1
- Se realiza en la jornada laboral pero el trabajador/a aporta mayor número de horas que la empresa 2
- Se realiza en la jornada laboral pero la empresa aporta mayor número de horas que el trabajador/a 3
- Se realizan en la jornada laboral y la empresa cubre todas las horas de formación 4
- Se realizan fuera de la jornada laboral, ofreciendo la empresa una gratificación en días libres a cambio de las horas realizadas de formación 5
- Otra: _____ 6

P. 31. ¿Se establece algún sistema de promoción o bonificación para determinados puestos de trabajo en relación al aprendizaje del idioma?

- Sí 1

- No 2

SI HAN RESPONDIDO 1 REALIZAR P.31.1, SI NO PASAR A P.32
--

P. 31.1 ¿Qué tipo de bonificación?

Bonificación: _____

P. 32. ¿Algún trabajador o trabajadora de su empresa, a cuenta de la empresa o del propio trabajador/a, realiza cursos de formación en idiomas en verano?

- Sí, pero tanto las vacaciones como los gastos corren a cargo del trabajador/a 1
- Sí, pero se reparten los costes y las vacaciones entre la empresa y el trabajador/a 2
- Sí, pero todos los gastos corren a cargo de la empresa 3
- No 4

P 33. ¿Sería tan amable de indicarme el precio por hora que paga por la formación en idiomas a su proveedor? INTERVALO

- Entre 15 y 25€ 1
- Entre 26 y 35€ 2
- Entre 36 y 45€ 3
- Más de 45€ 4

3. NECESIDADES EN MATERIA DE IDIOMAS

P. 34. ¿Cómo detectan o recogen las necesidades de idiomas en la empresa?

- De manera regular a través de un determinado plan o proceso que se realiza anualmente 1
- De manera más irregular en relación a la propia evolución cotidiana de la empresa 2
- A través de ambos procesos 3
- Otra: ¿Cuál? _____ 4

P. 35. ¿Se perciben diferencias según departamentos?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 9

P. 36. ¿Y según niveles profesionales?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 9

P. 37. ¿Y según los diferentes conocimientos de base de cada uno de las trabajadoras/es?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 9

P. 38. ¿Se intenta, en la medida de lo posible, adaptar la formación a las diferentes necesidades?

- Sí 1
- Sí, pero no siempre se consigue por a los problemas para organizar la formación 2
- No, ya que eso supone un mayor trabajo para el proveedor de idiomas 3
- No porque supone un mayor gasto para la empresa 4
- Otra: ¿cuál?: _____ 5

Ya para terminar

P. 39. Si tratamos de recoger las necesidades en materia de idiomas en su empresa, ¿Podría, decirnos, haciendo un cálculo aproximado, cuántos trabajadoras/es necesitan mejorar el conocimiento de otro/s idiomas para desempeñar su puesto de trabajo en la actualidad según las siguientes necesidades e idiomas?

	E-MAIL/TRADUCCIÓN MANUALES Y LIBROS	TELÉFONO	VISITA CLIENTES COMERCIAL/COMPRAS
Inglés			

Francés			
Alemán			
Otros: _____			

P. 40. ¿Qué tendría que hacer la Administración para que las empresas pudiesen mejorar su capacitación en idiomas? (RESPUESTA MÚLTIPLE)

	Si (1)	No (0)
Programas de sensibilización a las empresas		
Potenciar / Mejorar la oferta existente en idiomas		
Mejorar la metodología, evaluación y seguimiento del proceso formativo		
Facilitar (desburocratizar) el acceso de las empresas a las subvenciones de formación en idiomas		
Incentivos - desgravaciones fiscales para formación en idiomas		
Otro: _____		

4. PROVEEDORES DE IDIOMAS

P. 41. ¿Existe una oferta significativa de proveedores de idiomas para la empresa en Navarra?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 9

P. 42. ¿A través de qué medios ha encontrado a un proveedor de idiomas, cuando lo ha necesitado?

- He buscado en Internet, en páginas amarillas y en diferentes espacios 1
- A través de conocidas/os, amigas/os etcétera que no pertenecen a mi empresa 2
- A través de algún compañero/o de trabajo 3
- Otra: ¿cuál? _____ 4

P.43. ¿En su caso, qué tipo de proveedor de idiomas ha tenido en su empresa? (ELEGIR SÓLO UNA RESPUESTA)

- Academia de idioma 1
- Otro tipo de centros que no son academias, en el sentido literal, pero ofrecen servicios de idiomas 2
- Profesional independiente (autónomo) 3
- Academia y autónomo 4
- Centro que ofrece servicios y autónomo 5
- Otro: ¿cuál?: _____

P. 44. ¿Sigue teniendo el mismo tipo de proveedor de idiomas?

- Sí 1
- No 2
- NS/NC 9

**SI HA RESPONDIDO 1, REALIZAR P.44.1.,
SI NO PASAR A P.45**

P. 45. ¿Cuál es el motivo/es fundamental por el que ha cambiado de proveedor de idiomas?

1º Motivo: _____

2º Motivo: _____

3º Motivo: _____

P. 46. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a su proveedor de idiomas?

- Mucho 1
- Normal 2
- Poco 3
- Nada 4

**SI HA RESPONDIDO 1 o 2, REALIZAR P.46.1.,
SI NO PASAR A P.47**

P46.1. ¿Qué es lo que más valora de su proveedor de idiomas? _____

P.47. ¿Estaría dispuesta la empresa a pagar más por esta formación si los servicios fueran de más calidad y más especializados en relación a la misma?

- Sí 1

- No 2
- NS/NC 9

P. 48. ¿Podría decirme, si se le ocurre, algunos servicios que echa de menos en el ámbito de la formación en idiomas respecto a los proveedores de idiomas?

1º: _____

2º: _____

3ª: _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ÍNDICE DE TABLAS.

TABLA 1. EMPRESAS SEGÚN TAMAÑO EN NAVARRA. _____	26
TABLA 2.- PRINCIPALES SECTORES DE ACTIVIDAD. _____	27
TABLA 3. TASAS DE COBERTURA FORMATIVA DE FORMACIÓN DE OFERTA Y DE FORMACIÓN DE DEMANDA SEGÚN COMUNIDAD AUTÓNOMA (2006). _____	32
TABLA 4. PORCENTAJE DE PARTICIPANTES FORMADOS EN CADA COMUNIDAD SEGÚN MODALIDAD DE IMPARTICIÓN (2006). _____	33
TABLA 5. PARTICIPANTES FORMADOS EN NAVARRA SEGÚN MODALIDAD DE FORMACIÓN. _____	34
TABLA 6. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES EN FORMACIÓN CONTINUA SEGÚN TAMAÑO (2003). _____	35
TABLA 7. NIVEL Y TIPO DE ACCIÓN (%) EN EL PAÍS Y EN LA COMUNIDAD FORAL (2007). _____	35
TABLA 8. LAS 10 ACCIONES FORMATIVAS CON MAYOR NÚMERO DE PARTICIPANTES SEGÚN CATEGORÍA PROFESIONAL EN LA COMUNIDAD (2007). _____	38
TABLA 9.- NÚMERO DE TRABAJADORAS/ES _____	63
TABLA 10.- MEDIA DE TRABAJADORAS/ES SEGÚN ÁREAS DE ACTIVIDAD _____	65
TABLA 11.- Nº DE FORMADORAS/ES _____	66
TABLA 12.- MEDIA DE TRABAJADORAS/ES SEGÚN TAMAÑO DE LAS ACADEMIAS. _____	67
TABLA 13.- ZONA DE ACTIVIDAD _____	68
TABLA 14.- ANTIGÜEDAD DE LAS ACADEMIAS _____	68
TABLA 15.- FACTURACIÓN GLOBAL DE LA EMPRESA _____	69
TABLA 16.- FACTURACIÓN GLOBAL DE LA EMPRESA SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA _____	70
TABLA 17.- PORCENTAJE DE FACTURACION ENTRE LOS DIFERENTES SERVICIOS _____	70
TABLA 18.- PORCENTAJE DE FACTURACION MEDIA SEGÚN LOS DIFERENTES SERVICIOS Y EL TAMAÑO DE EMPRESA _____	71
TABLA 19.- SERVICIOS QUE OFRECEN EN FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	72
TABLA 20.- PORCENTAJE DE FACTURACIÓN MEDIA SEGÚN IDIOMAS _____	73
TABLA 21.- COMPETIDORES EN EL SECTOR _____	76
TABLA 22.- NIVEL DE INFORMATIZACIÓN DE LA CONTABILIDAD Y LOS RR.HH. _____	85
TABLA 23.- NIVEL DE INFORMATIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD, LA IMAGEN DE EMPRESA Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO. _____	86
TABLA 24.- NIVEL DE INFORMATIZACIÓN SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA. _____	87
TABLA 25.- PROCESOS EN LA GESTIÓN DE LA ACTIVIDAD _____	88
TABLA 26.- SISTEMA DE CALIDAD CERTIFICADO _____	88
TABLA 27.- PÁGINA WEB PARA EL APRENDIZAJE DEL IDIOMA _____	89
TABLA 28.- PÁGINA WEB PARA EL APRENDIZAJE DEL IDIOMA SEGÚN EL TAMAÑO DE LA EMPRESA. _____	89
TABLA 29.- PREFERENCIA NATIVOS _____	93

TABLA 30.- MOTIVOS PREFERENCIA DE NATIVOS. _____	93
TABLA 31.- MOTIVOS PARA ABANDONAR LAS ACADEMIAS _____	94
TABLA 32.- PRINCIPALES PROBLEMAS FORMADORAS/ES _____	95
TABLA 33.- HORAS DE FORMACIÓN A LA SEMANA DE LOS FORMADORES/AS SEGÚN ACADEMIA _____	95
TABLA 34.- MEDIA DE HORAS SEMANALES DE FORMACIÓN SEGÚN ACADEMIA _____	96
TABLA 35.- MEDIA DE HORAS SEMANALES DEDICADAS A LA PREPARACIÓN DE LA FORMACIÓN SEGÚN ACADEMIA _____	96
TABLA 36.- PORCENTAJE MEDIO DE CONTRATACION SEGÚN MODALIDAD. _____	97
TABLA 37.- MEDIA DE PORCENTAJE DE CONTRATACION SEGÚN MODALIDAD Y TAMAÑO DE EMPRESA. _____	98
TABLA 38.- MEDIA DE MESES QUE PERMANECE EN LA ACADEMIA UN FORMADOR O FORMADORA CON UN CONTRATO TEMPORAL. _____	99
TABLA 39.- EXPECTATIVAS DE LAS ACADEMIAS RESPECTO A LA CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN. _____	101
TABLA 40.- OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN _____	101
TABLA 41.- PARTICIPA EN ALGÚN TIPO DE ASOCIACIÓN O AGRUPACIÓN DEL SECTOR. _____	103
TABLA 42.- ACTITUDES RESPECTO A LA COLABORACIÓN. _____	104
TABLA 43.- COLABORACIÓN ÚLTIMOS TRES AÑOS _____	104
TABLA 44.- PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE COLABORACIÓN _____	105
TABLA 45.- ACTIVIDADES FORMACIÓN EN IDIOMAS. _____	107
TABLA 46.- PORCENTAJE DE FACTURACIÓN FORMACIÓN ON - LINE. _____	108
TABLA 47.- PORCENTAJE DE FACTURACIÓN DE FORMACIÓN ON - LINE SEGÚN N° DE TRABAJADORAS/ES. _____	108
TABLA 48.- PORCENTAJE DE FORMACIÓN EN FORMACIÓN ON - LINE _____	110
TABLA 49.- INTERVALOS HORARIOS EN FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	112
TABLA 50.- MEDIA DE HORAS DE FORMACIÓN POR GRUPO EN LA EMPRESA EN UNA SEMANA. _____	113
TABLA 51.- MEDIA DE FACTURACIÓN POR HORA DE FORMACIÓN EN LA EMPRESA _____	113
TABLA 52.- NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL MCER Y DEL PEL _____	114
TABLA 53.- NIVEL DE APLICACIÓN DEL MCER Y DEL PEL _____	114
TABLA 54.- CONTENIDOS PRUEBAS DE NIVEL _____	118
TABLA 55.- PROCESO DE SEGUIMIENTO _____	119
TABLA 56.- HERRAMIENTAS FORMACIÓN _____	119
TABLA 57.- VALORACIÓN DE LA MOTIVACIÓN DEL ALUMNADO _____	120
TABLA 58.- FORMACIÓN FUERA DEL CENTRO DE TRABAJO. _____	120
TABLA 59.- PORCENTAJE EN EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD _____	121
TABLA 60.- DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD _____	121
TABLA 61.- ORIGEN DE LA DIVERSIFICACIÓN _____	122
TABLA 62.- RECURSOS PARA ORIENTAR LA ACTIVIDAD _____	122

TABLA 63.- MEDIDAS PARA INCENTIVAR LA CAPACITACIÓN LINGÜÍSTICA _____	123
TABLA 64.- ESTRATEGIAS DE MARKETING _____	124
TABLA 65.- DEBILIDADES RELATIVAS A LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA ACTIVIDAD _____	125
TABLA 66.- ANTIGÜEDAD DE LAS ACADEMIAS _____	128
TABLA 67.- EDAD, SEXO, ZONA ACTIVIDAD Y LUGAR DE NACIMIENTO _____	129
TABLA 68.- FACTURACIÓN _____	130
TABLA 69.- MEDIA DE PORCENTAJE DE FACTURACIÓN DE DIFERENTES SERVICIOS _____	131
TABLA 70.- IDIOMAS QUE OFRECEN. _____	131
TABLA 71.- MEDIA DE FACTURACIÓN (%) SEGÚN IDIOMAS _____	133
TABLA 72.- SERVICIOS A EMPRESAS. _____	134
TABLA 73.- MEDIA DE FACTURACIÓN (%) SEGÚN IDIOMAS _____	134
TABLA 74.- CUENTA CON PÁGINA WEB. _____	136
TABLA 75.- COMPETENCIA PROFESIONALES AUTÓNOMAS/OS _____	138
TABLA 76.- PRINCIPALES TRAMOS HORARIOS FORMACIÓN _____	140
TABLA 77.- HORAS DE FORMACIÓN A LA SEMANA. _____	140
TABLA 78.- MEDIA DE Nº DE EMPRESAS Y TRABAJADORES A LOS QUE FORMAN LOS PROFESIONALES AUTÓNOMAS/OS. _____	141
TABLA 79.- MEDIA DE FACTURACIÓN POR HORA / FORMACIÓN _____	142
TABLA 80.- TRABAJA O HA TRABAJADO PARA ACADEMIAS O CENTROS DE FORMACIÓN _____	142
TABLA 81.- PRECIO POR HORA EN ACADEMIAS _____	144
TABLA 82.- CONOCIMIENTO MCER y PEL _____	146
TABLA 83.- APLICACIÓN MCER y PEL _____	146
TABLA 84.- CONTRATACIÓN Y COLABORACIÓN O AYUDA DE OTRAS PERSONAS. _____	147
TABLA 85.- ESTRATEGIAS DE MARKETING. _____	149
TABLA 86.- PRUEBAS DE NIVEL. _____	151
TABLA 87.- PROCESO DE SEGUIMIENTO. _____	151
TABLA 88.- HERRAMIENTAS FORMACIÓN PROFESIONALES AUTÓNOMAS/OS. _____	152
TABLA 89.- VALORACIÓN DEL MOTIVACIÓN DEL ALUMNADO. _____	152
TABLA 90.- ASOCIACIONISMO Y COLABORACIÓN. _____	153
TABLA 91.- EXPECTATIVAS ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES AUTÓNOMAS/OS. _____	154
TABLA 92.- AUTOVALORACIÓN EMPRESAS Y TRABAJADORAS/ES. _____	155
TABLA 93.- ASPECTOS MÁS VALORADOS. _____	156
TABLA 94.- MEDIDAS ADMINISTRACIÓN _____	157
TABLA 95.- NUEVAS OPORTUNIDADES EN EL SECTOR. _____	158
TABLA 96.- SEXO Y EDAD DE LAS/OS FORMADORAS/ES. _____	160
TABLA 97.- SEXO SEGÚN EDAD DE LAS/OS FORMADORAS/ES _____	161
TABLA 98.- ESTADO CIVIL _____	161
TABLA 99.- ESTADO CIVIL SEGÚN SEXO. _____	162

TABLA 100.- HIJOS/AS SEGÚN SEXO_____	162
TABLA 101.- ORIGEN NACIONAL DE LAS/OS FORMADORAS/ES_____	163
TABLA 102.- DIFERENCIAS VALORACION EMPRESAS SEGÚN ORIGEN NACIONAL. _____	163
TABLA 103.- RESIDENCIA FUERA DE NAVARRA. _____	164
TABLA 104.- RESIDENCIA FUERA DE ESPAÑA SEGÚN LUGAR DE NACIMIENTO. _____	164
TABLA 105.- TIEMPO DE RESIDENCIA FUERA DE NAVARRA Y EN NAVARRA SEGÚN ORIGEN DE NACIMIENTO. _____	165
TABLA 106.- NIVEL DE ESTUDIOS SEGÚN ORIGEN NACIONAL. _____	166
TABLA 107.- NIVEL DE ESTUDIOS SEGÚN EDAD. _____	167
TABLA 108.- RESIDENCIA FUERA DE NAVARRA. _____	167
TABLA 109.- TIPO DE ESTUDIOS SEGÚN FORMACIÓN ESPECÍFICA. _____	168
TABLA 110.- ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA _____	169
TABLA 111.- ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA SEGÚN ESTUDIOS UNIVERSITARIOS _____	170
TABLA 112.- ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA SEGÚN ORIGEN NACIONAL _____	170
TABLA 113.- Nº DE ACADEMIAS EN LAS QUE HA TRABAJADO ANTERIORMENTE. _____	171
TABLA 114.- MEDIOS PARA CAMBIAR DE EMPLEO. _____	171
TABLA 115.- RELACIÓN LABORAL. _____	173
TABLA 116.- CARRERA POR CUENTA PROPIA _____	173
TABLA 117.- CONTINUAR EN EL SECTOR LOS PRÓXIMOS AÑOS. _____	174
TABLA 118.- IDIOMAS QUE ENSEÑAN A TRABAJADORAS/ES. _____	175
TABLA 119.- MATERIALES PARA FORMACIÓN _____	176
TABLA 120.- PROGRAMACIÓN Y CRITERIOS QUE UTILIZAN LOS FORMADORES. _____	177
TABLA 121.- GRADO DE CONOCIMIENTO DEL MARCO Y PORTFOLIO. _____	177
TABLA 122.- MATERIALES QUE UTILIZAN LOS FORMADORES _____	178
TABLA 123.- CONTENIDOS FORMACIÓN _____	178
TABLA 124. MEDIA SEGÚN TIPO DE FORMACIÓN _____	179
TABLA 125. TIPOLOGÍA DE TRABAJADORAS/ES EN CLASES INDIVIDUALES _____	179
TABLA 126.- TAMAÑO MEDIO DE LOS GRUPOS. _____	180
TABLA 127. PRUEBAS DE NIVEL Y CRITERIO DE FORMACIÓN DE LOS GRUPOS. _____	181
TABLA 128.- MEDIAS DE HORAS DE FORMACIÓN A LA SEMANA Y DE PREPARCIÓN DE LA MISMA _____	181
TABLA 129.- CARRERA FORMACION ON - LINE _____	182
TABLA 130.- PROBLEMAS PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD _____	184
TABLA 131.- MOTIVOS PARA APRENDER EL IDIOMA. _____	185
TABLA 132.- GRADO DE INTERÉS DEL ALUMNADO _____	186
TABLA 133.- PUNTUALIDAD Y FALTA DE ASISTENCIA _____	186
TABLA 134.- CARRERA FORMACION ON - LINE _____	187
TABLA 135.- ASISTENCIA A FORMACIÓN CONTINUA SEGÚN ORIGEN NACIONAL _____	187

TABLA 136.- CURSO DE FORMACIÓN REALIZADA. _____	188
TABLA 137.- FORMACIÓN EN LA EMPRESA. _____	188
TABLA 138.- NECESIDADES FORMATIVAS. _____	189
TABLA 139.- DISPOSICIÓN A REALIZAR FORMACIÓN Y MEJOR ÉPOCA PARA REALIZAR LA MISMA. _____	189
TABLA 140.- Nº DE TRABAJADORAS/ES _____	193
TABLA 141.- MEDIA DE AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS _____	193
TABLA 142.- ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS _____	193
TABLA 143.- TRAMO DE FACTURACIÓN DE LAS EMPRESAS _____	195
TABLA 144.- VOLUMEN DE PRODUCCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL _____	197
TABLA 145.- UTILIZACIÓN DE OTROS IDIOMAS PARA REALIZAR ACTIVIDAD _____	199
TABLA 146.- IDIOMAS DIFERENTES AL CASTELLANO UTILIZADOS _____	200
TABLA 147.- IDIOMAS DIFERENTES AL CASTELLANO UTILIZADOS _____	201
TABLA 148.- PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE IDIOMAS EN LAS DIFERENTES ACTIVIDADES ____	201
TABLA 149.- PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE IDIOMAS EN LOS PUESTOS DIRECTIVOS ____	202
TABLA 150.- PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE IDIOMAS EN LOS MANDOS INTERMEDIOS ____	202
TABLA 151.- PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE IDIOMAS EN LOS TÉCNICOS DE I+D+i _____	204
TABLA 152.- PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN DE IDIOMAS EN EL PERSONAL DE PRODUCCIÓN ____	204
TABLA 153.- DIAGNÓSTICO FORMAL DE COMPETENCIAS DE IDIOMAS SEGÚN EL PUESTO DE TRABAJO _____	206
TABLA 154.- PORCENTAJE DE TITULACIÓN EN IDIOMAS SEGÚN EL PUESTO DE TRABAJO ____	209
TABLA 155.- EXIGENCIA DE CONOCIMIENTO DE IDIOMAS PARA DETERMINADOS PUESTOS DE TRABAJO _____	212
TABLA 156.- DETECCIÓN DE NECESIDADES DE IDIOMAS EN LAS EMPRESAS _____	214
TABLA 157.- ADAPTACIÓN DE LA FORMACIÓN A LAS NECESIDADES PERCIBIDAS _____	217
TABLA 158.- MEDIA DE TRABAJADORAS/ES POR EMPRESA QUE NECESITAN MEJORAR CAPACITACIONES LINGÜÍSTICAS EN INGLÉS _____	218
TABLA 159.- MEDIA DE TRABAJADORES/AS POR EMPRESA QUE NECESITAN MEJORAR CAPACITACIONES LINGÜÍSTICAS EN OTROS IDIOMAS _____	219
TABLA 160.- RAZONES POR LAS QUE LAS/OS TRABAJADORAS/ES NO HAN REALIZADO FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	222
TABLA 161.- TIPO DE FORMACIÓN EN LAS EMPRESAS _____	222
TABLA 162.- CENTRO DE FORMACIÓN EN INGLÉS _____	223
TABLA 163.- MEDIA DE TRABAJADORAS/ES POR EMPRESA EN INGLÉS _____	223
TABLA 164.- MEDIA DE HORAS POR EMPRESA EN INGLÉS _____	223
TABLA 165.- CENTRO DE FORMACIÓN EN FRANCÉS _____	224
TABLA 166.- MEDIA DE TRABAJADORAS/ES POR EMPRESA EN FRANCÉS _____	224
TABLA 167.- MEDIA DE HORAS POR EMPRESA EN FRANCÉS _____	224

TABLA 168.- CENTRO DE FORMACIÓN EN ALEMÁN _____	225
TABLA 169.- MEDIA DE TRABAJADORAS/ES POR EMPRESA EN ALEMÁN _____	225
TABLA 170.- MEDIA DE HORAS POR EMPRESA EN ALEMÁN _____	225
TABLA 171.- ANTIGÜEDAD DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	226
TABLA 172.- ANTIGÜEDAD DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA _	226
TABLA 173.- IDIOMA EN EL QUE SE HA REALIZADO FORMACIÓN EN EL ÚLTIMO AÑO _____	227
TABLA 174.- IDIOMA EN EL QUE SE REALIZA FORMACIÓN QUE COMIENZA EN LA ACTUALIDAD EN LA EMPRESA _____	227
TABLA 175.- CAMBIOS EN LA ORGANIZACIÓN DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	231
TABLA 176.- PORCENTAJE DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS RESPECTO AL GASTO TOTAL EN FORMACIÓN SEGÚN EMPRESA. _____	232
TABLA 177.- PORCENTAJE DE LA FACTURACIÓN DEDICADO A LA FORMACIÓN SEGÚN EL TAMAÑO DE EMPRESA _____	232
TABLA 178.- ORGANIZACIÓN DE LA FORMACIÓN EN LA EMPRESA _____	233
TABLA 179.- PLANIFICACIÓN ANUAL DE TRABAJADORES/AS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA. _	234
TABLA 180.- DURACIÓN DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS (MESES) _____	235
TABLA 181.- DURACIÓN DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS (SEMANAS) _____	235
TABLA 182.- PRIORIDAD EN LA ORGANIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE FORMACIÓN _____	236
TABLA 183.- NÚMERO DE GRUPOS DE TRABAJADORAS/ES QUE SE FORMAN _____	236
TABLA 184.- MEDIA DE PERSONAS POR GRUPO _____	236
TABLA 185.- PORCENTAJE DE TRABAJADORAS/ES QUE HAN PARTICIPADO EN FORMACIÓN _	237
TABLA 186.- PORCENTAJE DE TRABAJADORAS/ES QUE PARTICIPAN EN FORMACIÓN DURANTE EL CURSO ACTUAL _____	238
TABLA 187.- CURSOS DE FORMACIÓN EN IDIOMAS EN VERANO _____	238
TABLA 188.- ASISTENCIA A LA FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	240
TABLA 189.- PRUEBAS DE CONOCIMIENTO DE IDIOMAS _____	242
TABLA 190.- HORARIO DE LA FORMACIÓN EN LAS EMPRESAS _____	243
TABLA 191.- PRECIO POR HORA DE LA FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	244
TABLA 192.- REPARTO DE HORAS DE FORMACIÓN _____	245
TABLA 193.- MEDIOS PARA ENCONTRAR PROVEEDOR DE IDIOMAS _____	250
TABLA 194.- TIPO DE PROVEEDOR/A DE IDIOMAS _____	250
TABLA 195.- TIPO DE PROVEEDOR/A DE IDIOMAS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA _____	251
TABLA 196.- MOTIVO DE CAMBIO EN LAS/OS PROVEEDORES DE IDIOMAS _____	252
TABLA 197.- SATISFACCIÓN CON LAS/OS PROVEEDORES DE IDIOMAS _____	253
TABLA 198.- ASPECTO MÁS VALORADO DE LAS/OS PROVEEDORAS/ES DE IDIOMAS _____	253
TABLA 199.- NUEVOS SERVICIOS DEL SECTOR DE PROVEEDORAS/ES DE IDIOMAS _____	256
TABLA 200.- EMPRESAS QUE SOLICITAN LA SUBVENCIÓN SEGÚN EL TAMAÑO DE LA MISMAS _	258
TABLA 201.- SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN DE LA SUBVENCIÓN _____	258

TABLA 202.- MOTIVO PRINCIPAL POR EL QUE NO SE SOLICITA SUBVENCIÓN _____ 259

TABLA 203.- MEDIDAS A POTENCIAR POR LA ADMINISTRACIÓN PARA MEJORAR LA CAPACITACIÓN
EN IDIOMAS _____ 260

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

GRÁFICO 1.- TIPO DE ACTIVIDAD REALIZADA POR LAS EMPRESAS _____	195
GRÁFICO 2.- PROCEDENCIA DEL CAPITAL DE LAS EMPRESAS _____	196
GRÁFICO 3.- AUMENTAR EL MERCADO NACIONAL O INTERNACIONAL _____	198
GRÁFICO 4.- PORCENTAJE DE CONOCIMIENTO DEL CASTELLANO DEL PERSONAL EXTRANJERO DENTRO DE LAS EMPRESAS _____	209
GRÁFICO 5.- EXIGENCIA DE CONOCIMIENTO DE IDIOMAS PARA DETERMINADOS PUESTOS DE TRABAJO _____	210
GRÁFICO 6.- DIFERENCIAS SEGÚN DEPARTAMENTOS _____	214
GRÁFICO 7.- DIFERENCIAS SEGÚN NIVELES PROFESIONALES _____	215
GRÁFICO 8.- DIFERENCIAS EN BASE A CADA UNA/O DE LAS/OS TRABAJADORAS/ES _____	216
GRÁFICO 9.- PRESENCIA DE FORMACIÓN EN LAS EMPRESAS DURANTE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS _____	221
GRÁFICO 10.- ORGANIZACIÓN DE FORMACIÓN EN IDIOMAS DURANTE EL VERANO _____	229
GRÁFICO 11.- INTRODUCCIÓN DE CAMBIOS EN LA ORGANIZACIÓN DE LA FORMACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS. _____	230
GRÁFICO 12.- VALORACIÓN DE LOS CAMBIOS EN LA ORGANIZACIÓN DE LA FORMACIÓN ____	231
GRÁFICO 13.- PLANIFICACIÓN ANUAL DE LA FORMACIÓN _____	234
GRÁFICO 14.- ACUDEN DIRECTIVOS A LOS CURSOS _____	237
GRÁFICO 15.- CONTRO DE LA ASISTENCIA DE LAS/OS TRABAJADORAS/ES A LOS CURSOS DE IDIOMAS _____	239
GRÁFICO 16.- EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DE IDIOMAS _____	241
GRÁFICO 17.- CAMBIO DE HORARIOS DE CURSOS DE IDIOMAS _____	243
GRÁFICO 19.- BONIFICACIÓN EN RELACIÓN AL APRENDIZAJE DE IDIOMAS _____	246
GRÁFICO 20. BONIFICACIONES POR FORMACIÓN EN IDIOMAS _____	246
GRÁFICO 20.- OFERTA SIGNIFICATIVA DE PROVEEDORES DE IDIOMAS _____	248
GRÁFICO 21.- CAMBIO EN EL PROVEEDOR DE IDIOMAS _____	251
GRÁFICO 22.- DISPUESTO A INCREMENTO DEL PRECIO SI INCREMENTA LA CALIDAD _____	255
GRÁFICO 23.- SUBVENCIÓN DE LA FUNDACIÓN TRIPARTITA _____	257

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, L.E.(1998): La mirada cualitativa en Sociología, Madrid: Fundamentos.
- ALONSO, L.E. (2005): “La sociedad del trabajo: debates actuales. Materiales inestables para la discusión” en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, Nº 107, pp. 21 - 48.
- CASTELLS, M (2002): “Tecnología de la información y la comunicación y desarrollo global” en *Revista de Economía Mundial*, Nº 7.
- CEIN (2006): Cluster Potenciales en Navarra. Pamplona: CEIN.
- CEIN - SERVICIO NAVARRO DE EMPLEO (2007): *El análisis del espíritu emprendedor en Navarra*, Modelo GEN 2006 - 2007. Observatorio Navarro de Empleo.
- FUNDACIÓN DE LA LENGUA ESPAÑOLA (2008): *El español como recurso estratégico para Castilla y León*.
- FUNDACIÓN TRIPARTITA PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO (FTFE) (2006): *Formación Continua. Informe de Resultados*.
- FORO EMPRESARIAL SOBRE MULTILINGÜISMO CREADO POR LA COMISIÓN EUROPEA: *Las lenguas facilitan los negocios. Las empresas con idiomas rinden más*.
- GOBIERNO DE NAVARRA: Tercer Plan Tecnológico de Navarra 2008 -2011.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE): Directorio Central de Empresas 2008.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE): Encuesta de Población Actividad.
- J.J. CASTILLO Y P. LÓPEZ (2002): “Mujeres al final de la cadena. El entorno productivo de Volkswagen - Navarra” en *Sociología del Trabajo*, Nº 47, pp. 3 - 42.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE: Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE: Portfolio Europeo de las Lenguas.
- PASCUAL, PRESA & ASOCIADOS: *La Formación Continua en las Micropymes en la Zona Media de Navarra*.
- REAL DECRETO 395/2007: Subsistema de Formación Profesional para el Empleo.
- VV. AA. (2007): Diagnóstico del Sector Automoción en Navarra, Icaro Innovation Car Opportunity.

