

## HEXÁGONO ABIERTO

# El español: un activo ganador

*“El español es actualmente la lengua común de casi 500 millones de personas y la lengua oficial de 21 países que mantienen relaciones comerciales entre sí en una proporción tres veces mayor que con los países no hispanohablantes”*



**Enrique Díaz de Liaño Argüelles**

Director general de Celer Soluciones, S.L.

mación, la publicidad y, especialmente, las industrias de la lengua: tecnología lingüística y traducción.

## Innovar o lamentarse

Casi nadie duda del valor cultural del español en el mundo entendido como un valor de calidad. Pero no pasa lo mismo en los ámbitos técnico y científico. Para ello, tenemos aún una serie de retos que necesariamente debemos acometer. ¿Qué deberíamos conseguir? Fundamentalmente que se incremente la presencia del español en Internet y que se fomente la inno-

*“El volumen de traducciones al español ha sido superior a los 1.300 millones de euros tanto en la UE como en EE UU”*

vación en los procesos y en los servicios.

Los empresarios, dinamizadores principales de los diferentes sectores productivos, somos conscientes de que una sociedad se desarrolla y es sostenible, en el sentido de sanamente perdurable, cuando se conjugan una serie de aspectos que deben de funcionar con eficacia y eficiencia, como son:

- Un sistema legal claro y sencillo.
- Unas administraciones al servicio de los ciudadanos.
- Un sistema de enseñanza conectado con la realidad.
- Un sistema de relaciones laborales basado en los méritos de las personas y no en su antigüedad.
- Un sistema de capital riesgo que financie nuevos proyectos.
- Un sistema transparente de gestión de las empresas.
- Un sistema de transporte y comunicaciones adecuado, con las infraestructuras necesarias.

Como empresarios, sabemos que nuestra actividad exige una predisposición al cambio que nos es inherente. Y no debemos de olvidar que diversos estudios indican que las innovaciones surgen en un 71% de los casos de las ideas que aportan las personas que trabajan en una organización, en un 8% de los departamentos de I+D+i, y en un 10% se producen por el azar, la casualidad o las aportaciones del equipo directivo. Y así: La economía “del” español se convertirá en economía “en” español.

Todas las empresas trabajamos todos los días con nuestros activos lingüísticos, es decir, con la herramienta más poderosa que tenemos para comunicarnos entre las personas que forman nuestros equipos y con nuestro público objetivo: los clientes o usuarios. Sabemos que es necesario escuchar y entender lo que nuestros clientes demandan para poder facilitarles el producto o servicio que realmente desean o que les viene “como anillo al dedo”. Y para fabricar ese anillo es preciso además contar con un marco administrativo, legal, empresarial y social coherente, que fomente el sentido crítico, la creatividad y el esfuerzo.

Para ello disponemos de un maravilloso activo que es del tipo del que cualquier directivo desearía contar en su organización: el español, que lo hemos conocido al nacer y que continuará... Que no se deprecia y al que no le afecta la obsolescencia. Un maravilloso activo que además es nuestro. Un activo más que singular: es un bien económico, que carece de costes de producción y que no se agota al ser consumido.

## El español traspasa fronteras

El español es un activo más que apreciable y que junto al inglés y a otras lenguas debe ser motivo para unir fuerzas entre muchos sectores empresariales. Porque su valor traspasa fronteras. Un ejemplo claro es que parece ser que hacia el 2050 en EE UU estará el mayor número de hispanohablantes del mundo. Un ejemplo de unión de fuerzas y de sintonía es la Plataforma del Español con sede en la ciudad de Cervantes y estrechamente ligada a la Asociación de Empresarios de Alcalá de Henares (AEDHE).

El español es actualmente la lengua común de casi 500 millones de

personas y la lengua oficial de 21 países que mantienen relaciones comerciales entre sí en una proporción tres veces mayor que con los países no hispanohablantes.

Al ser la segunda lengua hablada en EE UU y en Brasil, así como la segunda lengua más estudiada en Europa, el español es de hecho una herramienta de comunicación imprescindible en los diferentes mercados globales existentes y que existirán en los próximos años. Además, debemos de ser conscientes de que nuestra lengua cuenta

eso el español, en su imparable crecimiento, está estrechamente ligado al inglés.

## El valor económico del español

Desde hace años se está estudiando el valor económico de la lengua española y si sabemos ya que, por ejemplo, el volumen de traducciones al español ha sido superior a los 1.300 millones de euros tanto en la Unión Europea como en EE UU.

Una conclusión de los estudios realizados es la de que el valor de la lengua española en nuestro país



con 16 millones de estudiantes en todo el mundo.

Los empresarios españoles solemos pensar que comercialmente el inglés es el idioma fundamental, y aunque es cierto su primer puesto, esto no supone la eliminación de los demás que existen en el mundo. En este sentido nuestra lengua forma parte de los idiomas prioritarios a los que se traduce desde un manual de un software hasta la mayoría de los sitios web de las empresas u organizaciones.

La realidad está claramente inclinada hacia un bilingüismo en todas las actividades empresariales. Por

se sitúa entre el 15 y el 16 % del PIB, que se han basado en considerarla como un insumo (input) que se incorpora, de forma directa o indirecta, a todos los bienes y servicios finales producidos en el país. Asimismo, el español hace que se multiplique por más de dos la cuota de mercado de las exportaciones españolas con el resto de países hispanohablantes.

Los sectores con mayor relevancia económica de nuestra lengua son el de la enseñanza, las comunicaciones, las industrias culturales, los centros de atención telefónica (call centers), los servicios de infor-