

# Se busca directivo que hable chino mandarín

Marta Garijo

Publicado: 07:00

Los negocios hablan inglés, pero otros idiomas como el chino o el ruso se han convertido en un apoyo para las relaciones internacionales. La demanda de estas lenguas crece, aunque la oferta de profesionales es todavía escasa.

El inglés se ha convertido en el idioma de los negocios y su dominio es cada vez más imprescindible para optar a una oferta de trabajo. Pero, la internacionalización de las empresas y el crecimiento de algunos mercados emergentes han hecho que otros idiomas se conviertan en un valor añadido.

El chino, el japonés, el ruso, e incluso el árabe se han colado en el entramado internacional y las compañías ven con buenos ojos a los candidatos que los dominan, o que por lo menos cuentan con nociones de alguno de ellos.

"El polaco o el ruso se configuran como un punto a favor en un entorno donde si sabes inglés es suficiente, pero estos idiomas facilitan la comunicación", apunta Fernando Pozas, director adjunto del área de selección, búsqueda y evaluación de Dopp Consultores.

Pozas añade que "no hay que olvidar que el inglés sigue siendo básico y que nuestro país es deficitario en perfiles que lo dominen. Sin embargo, están surgiendo otras lenguas importantes en determinadas áreas. Es el caso de los países de Europa del Este donde es un plus conocer idiomas como el polaco. Además, el chino es quizá el más importante por el volumen exponencial de este mercado". Pozas añade que "estos idiomas no son un requisito para un puesto de trabajo, porque encontrar un español con un nivel de chino suficiente para moverse con total autonomía es casi imposible, pero sí que ayudan en la toma de la decisión".

En España, la oferta de cursos de estos idiomas es todavía bastante limitada. Si existen cientos de lugares donde estudiar inglés, el tema se complica si se está interesado en aprender un idioma raro. Las escuelas oficiales de idiomas son una opción, pero conseguir una plaza es complicado porque la oferta es escasa, se concentra sobre todo en las grandes ciudades, y la demanda es alta. Las universidades también comienzan a incluir estos idiomas en sus planes de estudios. Un ejemplo es el centro de Lenguas Modernas de la [Universidad de Granada](#), donde se imparten cursos de ruso, neerlandés, árabe, japonés o chino, entre otros.

Quizá la oferta de cursos de chino, debido al boom que se ha vivido en los últimos años, sea la más amplia. La embajada china calcula que en nuestro país hay unos 8.000 estudiantes de este idioma. El Instituto Confucio, una institución homóloga al Instituto Cervantes pero del idioma asiático, cuenta ya con tres centros en nuestro país situados en Madrid, Valencia y Granada. Además, es previsible que próximamente abra uno en Barcelona.

Casa Asia, colaboradora del centro Confucio de Madrid, también ofrece clases de este idioma en su sede de Barcelona. "Llevamos unos años impartiendo cursos de lenguas asiáticas. El chino es el más demandado y por detrás se encuentra el japonés. También impartimos cursos de hindi o sánscrito, la lengua clásica de la India", explica Eva Borreguero, directora de Formación de Casa Asia.

El perfil del estudiante de chino es heterogéneo, señala Borreguero. "Por un lado hay estudiantes que optan por este idioma como una segunda lengua empresarial. Pero también tenemos niños, muchos de ellos de origen asiático que han sido adoptados, pero también originarios de España porque sus padres piensan que a edades más tempranas es más fácil que aprendan".

El árabe es otro de los idiomas poco conocidos cuya demanda comienza a despegar. "Existe un interés creciente de cursos de lengua árabe y esperamos que esto continúe. Queremos responder mediante la normalización de la enseñanza de la lengua árabe, que la gente entienda que aprenderlo, ya sea clásico o dialectal, no es diferente al estudio de cualquier otro idioma", apunta Isaías Barreñada, coordinador de Programas Educativos de Casa Árabe.

El perfil de estos estudiantes es variado comenta Barreño "desde estudiantes que quieren reforzar su curriculum, hasta gente de cierta edad que se siente atraída por este idioma, pasando por estudiantes de filología que quieren ampliar lo que han aprendido en las facultades".

## El gigante asiático apuesta por su idioma

China busca su hueco en la economía mundial y su estrategia pasa también por introducir su idioma en los negocios internacionales. Para promover el estudio de esta lengua el Gobierno chino ha puesto en marcha diferentes iniciativas. El Centro Nacional para la Difusión de la Enseñanza del Chino a los Extranjeros es uno de los organismos desarrollados por el Gobierno para atender los asuntos diarios. Entre sus principales funciones, se encuentran el planteamiento de sugerencias para la elaboración de las políticas nacionales relacionadas con la enseñanza del chino o la puesta en práctica de los planes de desarrollo educativos.

Además, ha creado el Instituto Confucio, con presencia ya en 55 países gracias a doscientas sedes para "exportar" el idioma. Pero también se desarrollan otras iniciativas que buscan que los estudiantes se interesen por el país y estudien en él. De esta forma, el Gobierno de este país cuenta con diferentes programas de ayudas como las "Becas de la Gran Muralla", un programa anual en colaboración con la Unesco. Se pueden solicitar en las delegaciones de este organismo o en la sede central de París.

También ofrecen becas para profesores de chino extranjeros que pueden solicitarse a la Comisión Nacional a través de las embajadas y consulados chinos, con el objetivo de mejorar la formación de estos profesionales.

 Imprimir