

Aumenta un 7% el número de negocios locales que se convierten en globales gracias al idioma según Hexagone

Según un estudio realizado por Hexagone (www.hexagone.es) consultora especializada en la formación de idiomas para empresas, durante el último año creció un 7% el número de empresas locales que dieron el salto internacional gracias a Internet pero sobretodo gracias a dominar los idiomas lo que les permitió llegar a otros países

El avance del ecommerce en la actualidad es imparable y los marketplaces se han convertido en una oportunidad que permite a cualquier negocio, esté donde esté y por pequeño que sea, llegar a un público lejano, de otros países e incluso continentes. La tecnología y la logística lo permite, tan sólo queda una última barrera que es fundamental para la experiencia de compra de los consumidores internacionales: el idioma.

Desde Hexagone se calcula que sólo el 29% de las compañías que comienzan su proceso de internacionalización, deciden apostar por la formación de idiomas para la empresa. Para la consultora esto es un error ya que puede suponer al negocio local pérdidas de hasta el 25% de sus aspiraciones de facturación por no controlar el idioma.

Los consumidores internacionales, como ocurre en nuestro país, sienten reticencia a comprar en negocios que no traducen correctamente los productos. Es una cuestión de confianza y mala comunicación. Cuando un consumidor se acerca a una marca que ofrece malas transcripciones de los productos, un incorrecto uso del lenguaje o incluso expresiones que no se corresponden con la misma traducción que el idioma original, esto genera desconfianza y rechazo.

Gaëlle Schaefer, directora de Hexagone explica, “no sólo se trata de tener una web traducida o unas fichas de productos en otros idiomas. Los negocios locales tienen delante oportunidades de internacionalizarse gracias a un mercado globalizado: conocer nuevos proveedores, llegar a mercados internacionales con presencia física y no sólo online. Pero todas estas oportunidades llegan siempre con una llamada del responsable de una marca de otro país en otro idioma. Hay que estar preparados para atender esta llamada en su idioma para aprovechar la oportunidad”.

Según los datos recopilados por Hexagone, 7 de cada 10 negocios locales que dan el salto internacional lo hacen sin estar preparados con el idioma. Esto se traduce en la pérdida de muchas oportunidades a la hora de negociar esta expansión.

No todo es Internet

En España existen más de 50.000 empresas locales que están vendiendo fuera de nuestras fronteras sus productos. Sin duda el ecommerce se ha convertido en el principal método de venta pero existen muchas compañías que llevan sus productos a mercados físicos: vinos, productos alimentarios, moda,

calzado etc.

Los servicios son otro de los valores más solicitados a nivel internacional. Marcas españolas se fijan en el talento de las empresas españolas para contratar sus servicios a nivel local. Por ejemplo en arquitectura, marketing, publicidad, sanidad

“Es común entre las empresas que nos solicitan formación que la principal razón sea que han recibido una llamada que se puede transformar en una oportunidad de ventas en otros países, sin embargo no están preparados para negociar las condiciones al tratarse de otro idioma. Es entonces cuando la empresa reacciona y comprende la necesidad de la formación de idiomas”, explica Gaëlle Shaefer.

En el último año, según datos de Hexagone, las estrategias de idiomas de las empresas españolas han experimentado un crecimiento del 15%. Aunque el nivel de idiomas en España sigue siendo bajo, cada vez más compañías se conciencian de la necesidad de tener un buen nivel para conseguir un crecimiento mayor dentro pero sobretodo fuera de las fronteras.

Datos de contacto:

Hexagone
605 065 567

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Finanzas](#) [Idiomas](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>