



El español, un idioma para los negocios

Ángel Cabrera

Thunderbird

Salamanca, Noviembre 2008

¿Qué se habla en el mundo?

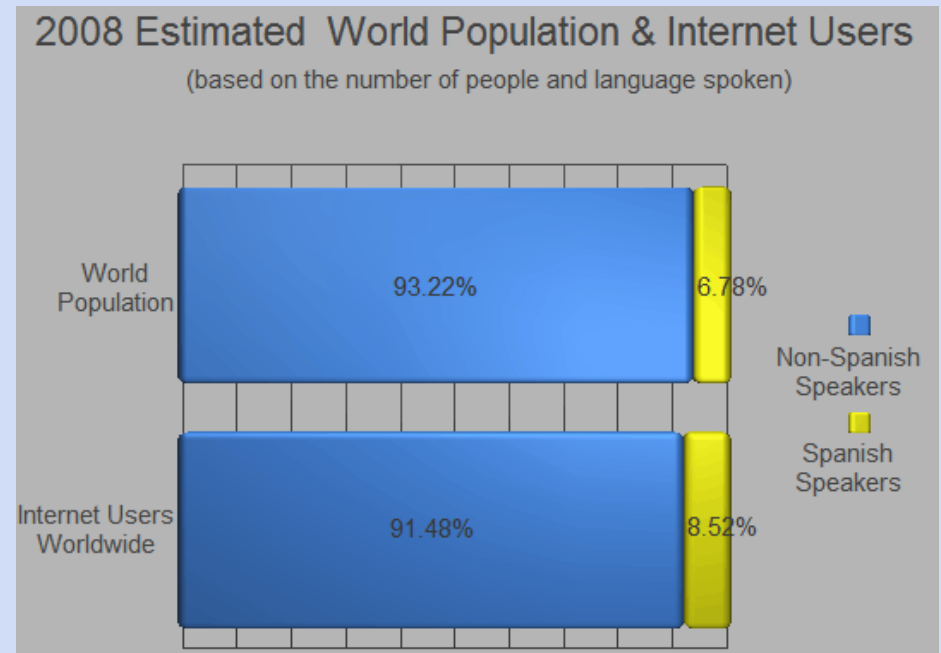
- Chino
 - Mas de 1.000 millones
- Hindi/Urdu
 - Unos 600 millones
- Inglés
 - Entre 350 y 900 millones
- Español
 - Entre 350 y 450 millones
- Árabe
 - Entre 200 y 400 millones
- Portugués
 - Entre 175 y 250 millones

Aproximadamente
el 6.5% de la
población mundial

Aproximadamente el 9%
del PIB mundial, y un
6.5% del comercio
internacional

¿ Qué se habla en Internet?

- Usuarios que hablan español en 2008: 125M
 - Crecimiento del 400% entre 2000 y 2008
 - Penetración del 28%
- Usuarios en el mundo en 2008: 1500M
 - Crecimiento del 300% entre 2000 y 2008
 - Penetración del 22%



Fuente: www.SpanishSEO.org

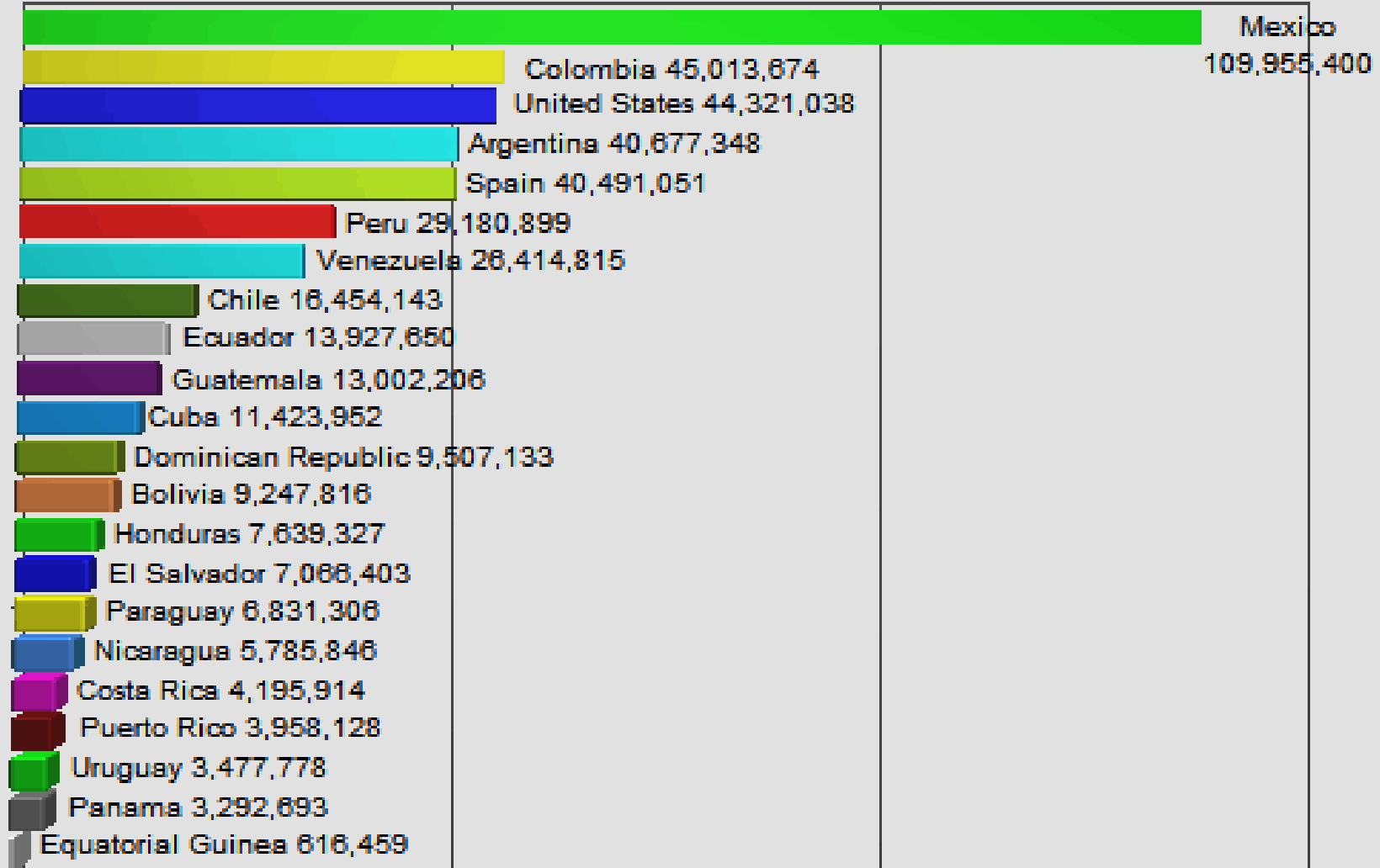
Casi el 9% de los usuarios de Internet hablan español



THUNDERBIRD
SCHOOL OF GLOBAL MANAGEMENT

¿ Qué se habla en Internet?

- El español es el tercer idioma de Internet
 - Por detrás del inglés y el chino
 - Por delante del japonés, alemán, francés, coreano, italiano y portugués
- Los números siguen creciendo por encima de la media
- Pero la capacidad de consumo es aun relativamente baja
 - EEUU ofrece las mayores oportunidades
 - Segundo país de habla hispana (por detrás solo de México), con poder adquisitivo alto y tasa alta de penetración de Internet y otros medios



© Copyright 2008 www.SpanishSEO.org

¿Qué se habla en EEUU?

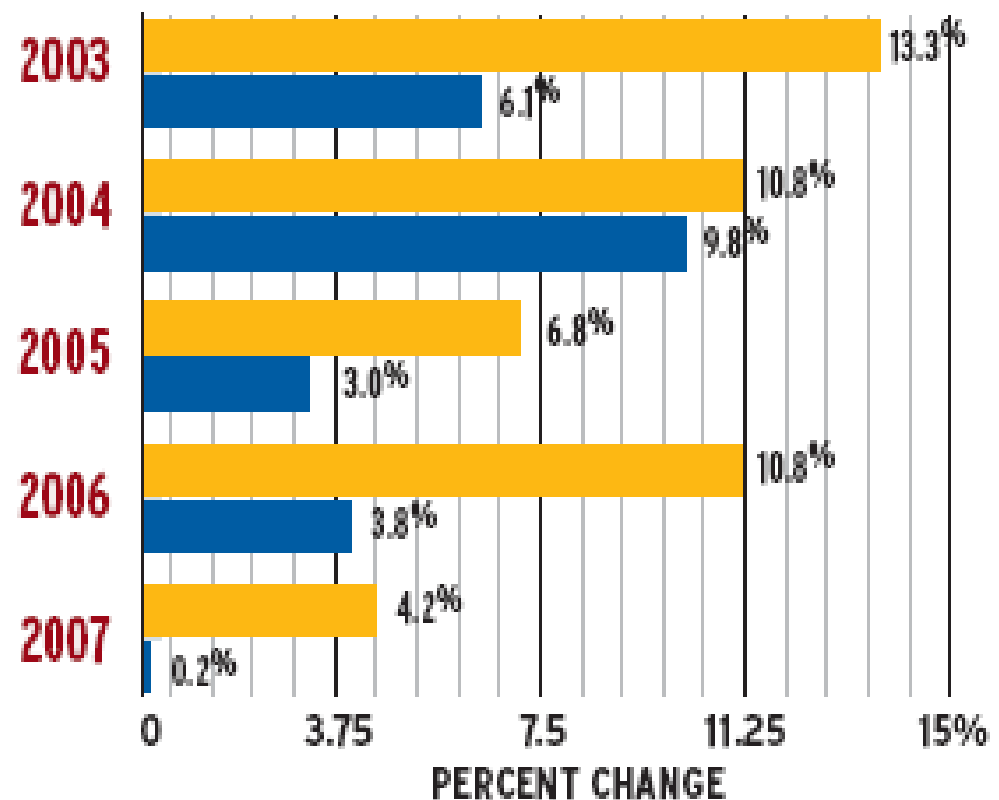
- Hispanos en EEUU
 - 35M en 2000
 - 44M en 2006
 - 48M en 2010
 - 54M en 2015
- Crecimiento hispanos en comparación con la población total de EEUU
 - 25% en 2000-06 (vs. 6%)
 - 8% en 2006-10 (vs. 3%)
 - 12% en 2010-15 (vs. 4%)
- ¡Más que la población española completa!

HISPANIC MEDIA AD SPENDING GROWTH RATES

Versus all U.S. measured media ad spending growth, 2003 to 2007

U.S. Hispanic media

All U.S. media



Hispanic media data from HispanTelligence, research arm of Hispanic Business, based on input from TNS Media Intelligence, media industry experts, advertising agencies and public records. All U.S. media data from TNS Media Intelligence.

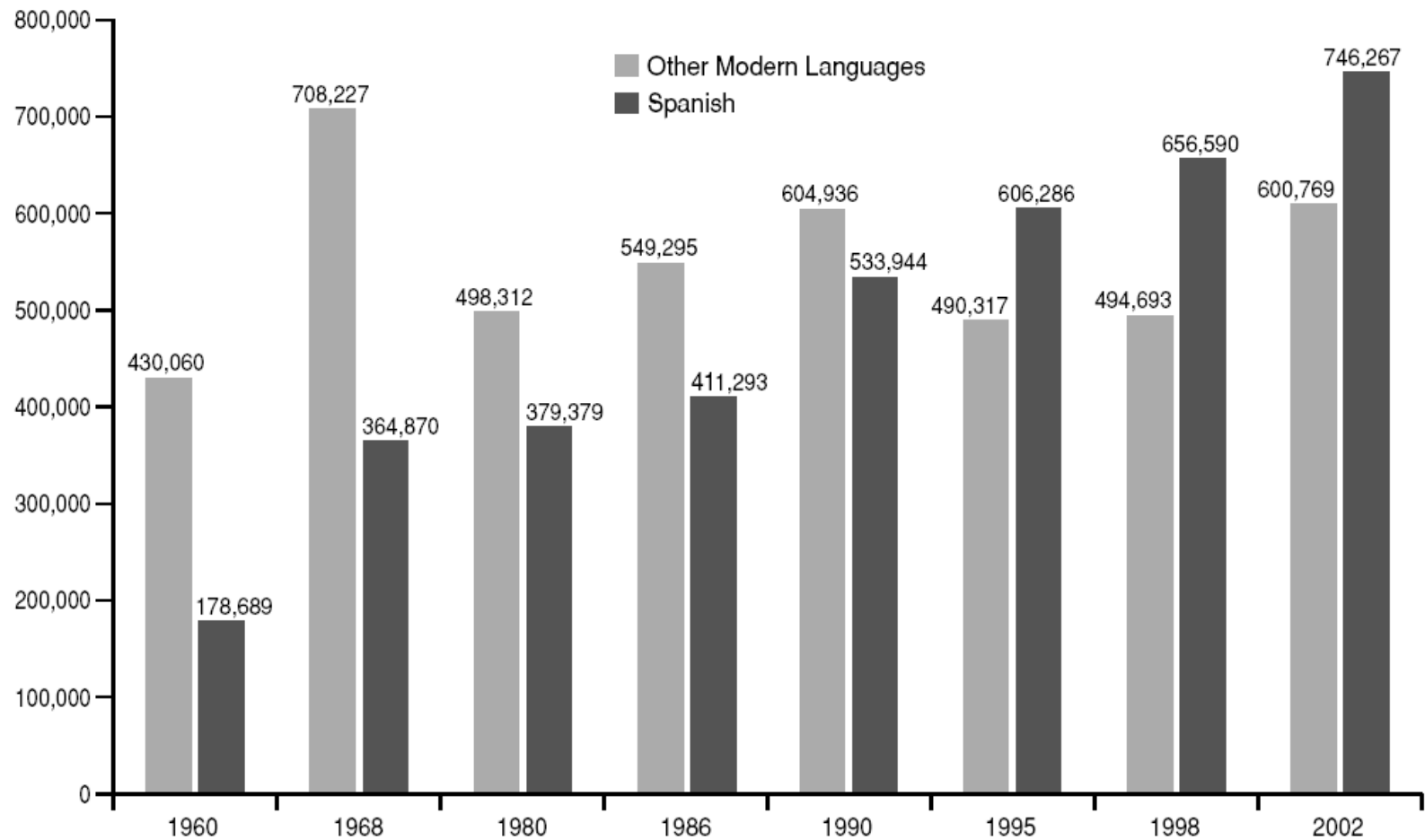
Fall 1998, 2002, and 2006 Language Course Enrollments in US Institutions of Higher Education

	1998	2002	% Change 1998 - 2002	2006	% Change 2002 - 2006
Spanish	656,590	746,267	13.7	822,985	10.3
French	199,064	201,979	1.5	206,426	2.2
German	89,020	91,100	2.3	94,264	3.5
ASL	11,420			78,829	29.7
Italian	49,287			78,368	22.6
Japanese	43,141			66,605	27.5
Chinese	28,456			51,582	51
Latin	26,145			32,191	7.9
Russian	23,791			24,845	3.9
Arabic	5,505			23,974	126.5
Greek, Ancient	16,402		24.2	22,849	12.1
Hebrew, Biblical	9,099	14,183	55.9	14,140	-0.3
Portuguese	6,926	8,385	21.1	10,267	22.4
Hebrew, Modern	6,734	8,619	28	9,612	11.5
Korean	4,479	5,211	16.3	7,145	37.1
Other languages	17,771	25,716	44.7	33,728	31.2
Total	1,193,830	1,397,253	17	1,577,810	12.9

Más de la mitad de los universitarios que estudian idiomas en EEUU estudian español

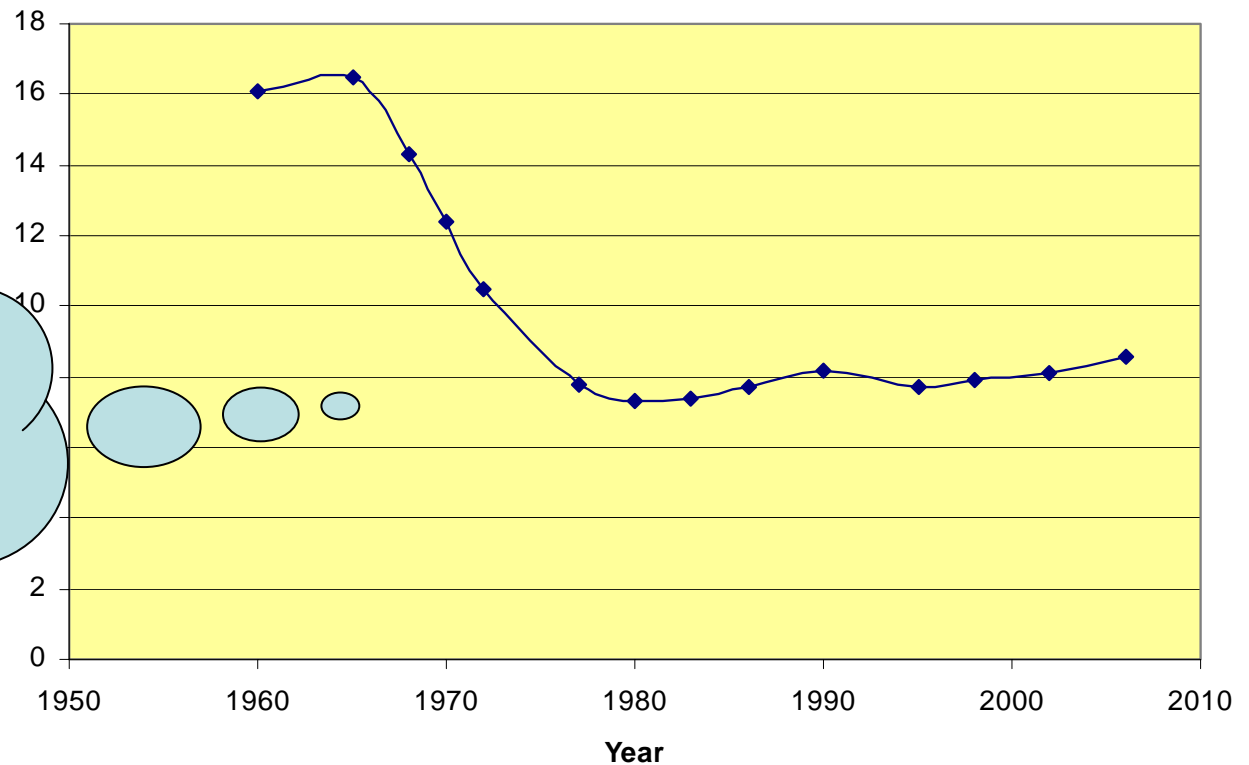
Figure 2

Enrollments in Spanish Compared with Those in All Other Languages, except Latin and Ancient Greek, by Year



¿Qué se estudia en EEUU?

% de universitarios en EEUU que estudian idiomas



El 8.5% de los universitarios americanos estudian idiomas modernos y el español es la primera opción con diferencia

¿Adónde van a estudiar los universitarios de EEUU?

1. Reino Unido (32K)
2. Italia (25K)
3. España (21K)
4. Francia (15K)
5. Australia (11K)
6. Méjico (9K)
7. Alemania (7K)
8. China (6K)
9. Irlanda (5K)
10. Costa Rica (5K)
11. Japón (4K)
12. Austria (3K)
13. Nueva Zelanda (3K)
14. Rep. Checa (2K)

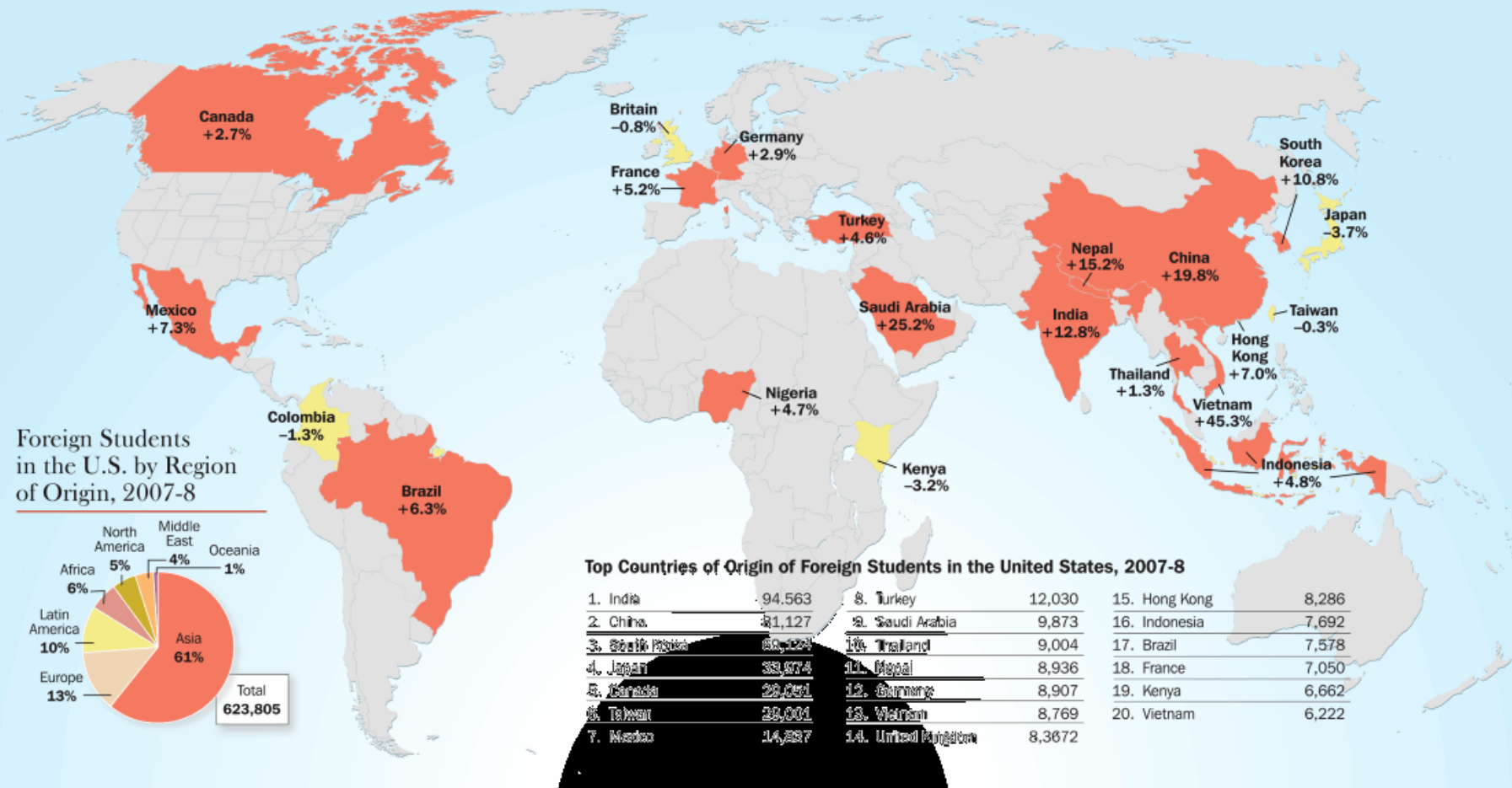
¿Quiénes van a estudiar a EEUU?

- Un récord de 625.000 universitarios estudiaron en EEUU en 2007/08 (incremento del 7%)
 - Mayor receptor del mundo
 - Primeros países: India, China, Corea del Sur, Japón, Canadá, Taiwán, México
- Los estudiantes extranjeros contribuyen de forma directa 15.000 millones de dólares a la economía americana
 - Sin incluir los beneficios comerciales indirectos (incalculables)

Top Countries of Origin of Foreign Students in the United States, 2007-8

The map highlights the percentage change in students from 2006-7 to 2007-8 for the top 20 countries.

■ 1-year increase
■ 1-year decrease



IIE y Chronicle of Higher Education, Nov. 2008

Modelo americano de promoción internacional universitaria

- Enfoque no solo en el idioma, sino en estudios universitarios en general
 - El mayor numero estudia dirección de empresas (20%) e ingeniería (17%)
- 57% de las universidades dicen estar tomando medidas específicas para atraer estudiantes extranjeros
 - Contratando mas equipos (29%)
 - Estableciendo nuevas colaboraciones (28%)
 - Financiando más viajes de reclutamiento internacional (23%)
 - Financiando marketing (21%)
- En qué países se concentran los esfuerzos
 - China (29%), Corea (16%), India (16%), América Latina (14%), Medio Oriente (11%)

Un modelo nuevo de liderazgo global



El papel del idioma en el liderazgo global

- Impacto en la mentalidad global
 - Ventana para entender una cultura (capital intelectual)
 - Herramienta para desarrollar relaciones (capital psicológico)
 - Herramienta de desarrollo cognitivo (capital psicológico)

Impacto en la competitividad nacional

- Acceso a nuevos mercados
- Atracción de inversión extranjera directa
- Desarrollo de capital social
- Soporte de modelos globales de organización