

# La vida real, pero en inglés

Es la propuesta de Valeria Rodríguez Codina y María Troya. Por eso, la capacitación corporativa en idioma que ofrecen incluye cabalgatas, city tours, paseos en barco y hasta clases de tango.

ANDRÉS D'ELIA

Paula Ancery  
ESPECIAL PARA CLARIN

En estas páginas se contó el caso de aquel ejecutivo que un mes de diciembre preguntó qué estaría pasando para que un misterioso señor que firmaba "Best Wishes" (mejores deseos) le mandara tantos mails.

Nunca falta alguien así en una compañía. Pero, en general, el uso del inglés en las empresas se vuelve problemático cuando los conocimientos de los empleados se ubican en un grado intermedio, lo que ocurre en una cantidad significativa de casos. La paradoja es que personajes como el de la anécdota suelen quedar "encapsulados" en contextos donde los compañeros tienen el suficiente conocimiento del idioma como para no delatarse haciendo papelones... que no es lo mismo que decir que todos saben todo el inglés que necesitan.

Tal vez por cosas así, cuando Valeria Rodríguez Codina y María Emilia Troya crearon In English, en 2003, se propusieron "trasladar el inglés a la vida real" y diferenciarse así de otras empresas que ofrecen servicios de inglés corporativo. De ahí que organicen, por ejemplo, eventos en inglés como cabalgatas, city tours, navegar y clases de tango, actividades en las que se practica el idioma pero que también abren las puertas al *networking* y la comunicación entre los empleados.

## Autoconfianza

La realización de eventos (ya sean para los empleados de la compañía o para los clientes de ésta) es sólo una de las unidades de negocios de In English. Las otras dos son traducción (este año firmó un acuerdo con un representante en Houston, Estados Unidos) y, por supuesto, la capacitación.

Pero, en este último caso, no se trata de los típicos módulos de aprendizaje estandarizados. "Tratamos de llevar el inglés a la realidad, y para eso llevamos material de aprendizaje acorde a las necesidades de cada grupo. Porque muchas veces pasa -por ejemplo, en las empresas tecnológicas- que gente que tiene mucho inglés por aprender, la jerga de su profesión la maneja perfectamente", explica Troya. "Lo que necesitan es ganar fluidez y autoconfianza, y para eso hacemos talleres in company con *listening* & *readings* literarios, películas, teatro, música", añade.

Hay algunas capacitaciones más particulares, como la que están haciendo ahora para la desarrolladora de software Globant. Allí se está trabajando con los *project managers* a fin de relevar -y ayudarlos a



Yes, we can do it. Rodríguez Codina y Troya partieron de un principio básico: enseñar el inglés de y en la vida real. Mal no les fue.

## DATOS

**\$ 5.000**

Fue la inversión inicial, para poner la empresa en marcha, en 2003.



**\$ 600.000**

Fue la facturación de 2008. La proyectada para este año es de 800.000 pesos.

**5**

Son los empleados que tiene In English en relación de dependencia. Y cuenta con un equipo de unos 20 colaboradores eventuales.

**\$ 250**

Es el costo individual de una sesión del workshop "Comunicaciones Efectivas", que realizarán en noviembre.

resolver- los problemas que ellos tienen a la hora de hacer reportes. Es un programa que se hace en conjunto con el área de RR. HH.

"Nuestro objetivo en las capacitaciones es que el inglés no sea algo forzado ni impuesto, sino que los estudiantes lo vean como una manera de acceder a algo que les gusta o les interesa", señala Rodríguez Codina. "El alumno promedio es alguien que no pudo avanzar más allá de un nivel *intermediate* porque perdió el contacto con el inglés en la facultad, y cuando lo retomó en el mundo corporativo, se le hacían otras exigencias", define.

## Pasión

En cuanto a la traducción de textos -legales, técnicos, científicos-, "lo más importante es el equipo especializado, y que el material traducido suene con fluidez", subraya Troya. Por eso, las socias se preocuparon por tener un equipo de hablantes nativos. Y mal no les va. Desde este año tienen un representante en Nueva York para exportar traducciones, y además In English está muy activa en plazas del interior, como Tandil. "Lo principal que le pusimos a este proyecto fue mucha pasión para que resultara divertido", insisten las dos emprendedoras, entre cuyos clientes están Brinks, Estudio Durrieu, Indra, General Mills, Pokerstars, Tata Consulting Services y The Walt Disney Company.

## EL SECTOR



Daniela Martín

Directora de Gestión de AmCham

► La Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina engloba los servicios de traducción y capacitación en inglés entre otros 21 clusters que los argentinos pueden exportar. Y sin ser "grandes pymes", las posibilidades son enormes.

Por educación, incluso por huso horario, la Argentina tiene una competencia que otros países no tienen. Y también por el tipo de cambio. Desde Washington, nuestra matriz nos pide servicios de traducción hechos en la Argentina: les conviene por costos y por el tipo de lenguaje que usamos. El inglés neutro que surge de aquí es tan valorado como el de México, pero altamente competitivo por costo. Desde la AmCham estamos tratando de impulsar una ley que incentive la exportación de estos servicios. Queremos que se les den beneficios fiscales, porque es una actividad que aquí se hace muy bien y que con muy poca inversión tiene un gran efecto multiplicador del empleo.