

## INTERLANG SERVICIOS DE IDIOMAS

C/ Velázquez, 117, 1º  
28006 MADRID  
Tfn: 91 564 24 47  
Fax: 91 564 24 43  
E - Mail: idiomas@interlang.es  
Web - Internet: www.interlang.es

Directora: **Dña. Aurea García**  
Interlocutora: **Dña. Aurea García**  
Certificación Inicial: **Noviembre 1998 - 2001**  
Primera Renovación: **Noviembre 2001 – 2004**  
Segunda Renovación: **Noviembre 2004 - 2007**

### 1. DATOS SOBRE LA INSTITUCION EVALUADA

#### Áreas de Formación y Tipos de Servicios

Áreas de Formación	Gestión y Direcc.	Comerc. y Mark.	Idiomas	Comunic	Finanzas	Inform.	RR.HH	Produc. y Distrb.	Tecnol.	Servicios	Jurídica	Calidad	Medio Ambien.
			●										

Tipos de Servicios	For. Presec. Inter-empresa	For. Presec. Intra-empresa	Formac. a distancia	Formac. estándar	Formac. a medida	Seguimiento	Consultoría Formación	Apoyo	Produc. EAO Multimedia
		●	●		●	●		●	

#### Historia

INTERLANG – Servicios de Idiomas, S.L. fue creada en el año 1986 en Madrid. Es una Sociedad independiente que desarrolla su actividad en el campo de la formación en idiomas dando esta formación a empresas.

1987-1989: Es el Centro de Formación y Examinador de Inglés para los alumnos de los Cursos Master del Instituto de Empresa.

1989-1990: Abre su oferta formativa a empresas e instituciones públicas y privadas comenzando con la formación "in company" en el mercado empresarial.

1999-2000: En este curso académico supera los 1.100 alumnos inscritos en diferentes programas.

En 2002 desarrolla su oferta de formación "a distancia" con soporte on-line.

#### Filosofía y Misión del Organismo

Fundada por profesionales procedentes del sector de la enseñanza de idiomas con una amplia cualificación y experiencia en planificación, desarrollo y gestión de centros, INTERLANG está especializada en la formación en idiomas para compañías de diferentes sectores de la actividad empresarial, ajustando su programación y planificando sus contenidos de acuerdo con las demandas del mercado.

Sus clientes directos son los departamentos de formación de empresas públicas y privadas para los que organizan, diseñan e imparten cursos a medida.

Cuentan con un profundo conocimiento del mercado para poder detectar qué oportunidades ofrece y adaptarse a esa demanda.

Manifiestan que se mantienen al día en cuanto a nuevos métodos de enseñanza de idiomas y soportes didácticos estableciendo contactos con diversas casas editoriales. Incluyen las nuevas tecnologías (enseñanza multimedia, vídeos, cd-rom, etc.) para ofrecer un servicio más profesional.

Disponen de un buen equipo de profesionales especializados en los idiomas que imparten apoyados por la Dirección Académica, donde se desarrolla el contenido de los cursos.

#### Visión de la Formación

La formación continua de adultos está viviendo años de una gran demanda y utilidad en la gestión de los Recursos Humanos. Por un lado, la posibilidad abierta a las empresas para acogerse a los Planes de Formación Continua subvencionados con fondos provenientes de la Comisión Europea y, por otro, la certeza de que el activo de las empresas son sus personas. Esto hace que el reciclaje sea una necesidad para la permanente adecuación de los conocimientos de la plantilla durante buena parte de la vida profesional.

La globalización y, sobre todo, la creciente europeización del mercado exigiendo a los profesionales unas habilidades lingüísticas comunicativas muy operativas, asegura que la enseñanza de idiomas continuará siendo un valor en alza en los próximos años.

#### Planteamientos de la institución relativos a la calidad

INTERLANG manifiesta que los sistemas que tienen implantados para realizar el control de calidad de su propio trabajo son:

# EVALUACIÓN Q★For - INFORME RESUMEN DE INTERLANG SERVICIOS DE IDIOMAS

Una vez al año, en los meses de Febrero/Marzo, cuando los asistentes a los programas tienen un conocimiento del programa que reciben y una valoración del profesor asignado, pasan una encuesta de evaluación individual y anónima, en la que piden valorar tres apartados a través de preguntas concretas: Adecuación de los contenidos de su curso a sus objetivos personales y/o profesionales; grado de satisfacción con respecto a su profesor y, por último, piden su opinión sobre la adecuación de horarios, días, espacio utilizado... Los resultados se informatizan y analizan con los responsables de formación los resultados obtenidos por INTERLANG con todos sus alumnos y los obtenidos en su empresa.

## Personal Docente

### Número de técnicos y formadores:

- Contratados (laboral o servicios) a tiempo completo 26
- Contratados a tiempo parcial 24
- Colaboradores externos habituales 3
- Colaboradores ocasionales 2

### Número de personal de coordinación, gestión y apoyo:

- Personal de Dirección y Coordinación: 3
- Personal de apoyo logístico y administrativo: 4

Todo el personal aquí reflejado está al corriente en sus compromisos administrativos de acuerdo con la normativa vigente. Verificado por DIRFO.

## Selección e integración del profesorado

A la hora de seleccionar profesores tienen en cuenta los siguientes aspectos de los candidatos:

1. Cualificación: Titulación Académica y Específica.
2. Nacionalidad. ( A efectos del idioma que va a enseñar).
3. Cualidades personales y experiencia.
4. Adecuación al puesto.

Una vez detectados los candidatos que teóricamente cumplen los requisitos teóricos, el proceso suele ser el siguiente:

- **Para la selección:**
  1. Análisis de su C.V.
  2. Entrevista personal.
  3. Prueba práctica.
- **Para el comienzo de su actividad docente:**
  1. Formación específica.

## Características del Organismo

Esta institución se ha posicionado en el mercado como especializada en formación en idiomas para adultos, orientando sus actividades con ofertas específicas según las necesidades de determinados sectores empresariales.

## Infraestructura

### Medios y Recursos de Formación y Desarrollo

La entidad manifiesta lo siguiente: "Los soportes didácticos utilizados son: material impreso, material sonoro, material audio y de vídeo. Cuando vemos que el alumno requiere un refuerzo individual, se les proporciona diferentes métodos en soporte de

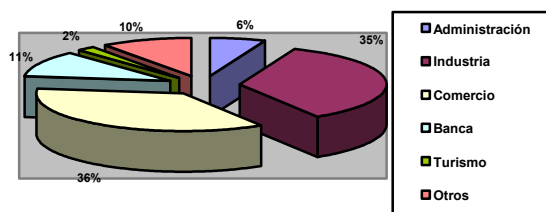
cd-rom. Es muy habitual la comunicación por e-mail y teléfono, incluso para impartir formación sustitutiva de la presencial".

## Instalaciones

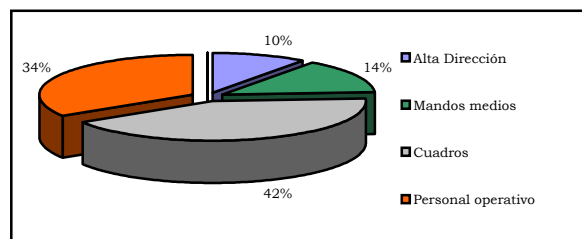
La entidad manifiesta lo siguiente: "Los soportes didácticos utilizados son: material impreso, material sonoro, material audio y de vídeo. Cuando vemos que el alumno requiere un refuerzo individual, se les proporciona diferentes métodos en soporte de cd-rom. Es muy habitual la comunicación por e-mail y teléfono, incluso para impartir formación sustitutiva de la presencial". Cuentan con cuatro aulas en sus propias instalaciones.

## Tipo de Clientes

### Actividad por Sectores



### Tipo de alumnos y nivel en sus instituciones:



### Tamaño de sus empresas clientes

- Más de 1000 empleados 11
- Entre 200 y 1000 11
- Menos de 200 empleados 22

## Cursos o programas:

Cursos impartidos durante el año 2003:

	A medida
Número por año :	419
Duración media:	9 meses
Número medio de participantes:	3/4 alumnos

## 2. ESTUDIO DE SATISFACCION DE CLIENTES

Han sido entrevistados en profundidad 10 clientes, éstos pertenecen a los siguientes sectores de actividad: 4 al sector Servicios; 4 al sector Industrial; 1 al sector servicios/Banca; 1 a la Administración.

### Motivos por los que contrataron a la Institución

Los clientes manifiestan que contrataron a INTERLANG al comienzo por: Resultar una entidad especializada en el sistema de búsqueda que ellos hicieron de centros de formación con garantía de calidad; buscaron en Guías sobre centros de idiomas. Les contrataron, y siguen haciéndolo; recomendación de otros clientes amigos. (8 clientes).

### Tipo de cursos que han recibido

Siete clientes recibieron toda la formación "a medida", y tres clientes recibieron casi toda la formación "a medida" y algunos cursos intraempresa pero más estándar.

### Tiempo que llevan con este proveedor

La mayor parte de los entrevistados llevan varios años recibiendo sus acciones formativas. Solamente en un caso se trató de un cliente reciente y otro que lleva trabajando con INTERLANG 3 años.

### Instalaciones en que se han impartido los cursos

- Propiedad del cliente: 7 clientes.
- Propias y de INTERLANG: 2 clientes.
- De INTERLANG: 1 cliente.

### Puntos Fuertes

Los entrevistados estiman que lo mejor de INTERLANG es que:

- Cuentan con un equipo profesional muy competente (se refiere a la organización de la empresa).
- Cuentan con dos jefes de estudios en los que confían.
- Hacen pruebas serias de nivel para homogeneizar los grupos y asegurar los resultados.
- Nunca fallan. Capacidad de respuesta.
- Siempre cumplen con lo comprometido.
- Son flexible en todas las ocasiones.
- Se adaptan a las necesidades de sus clientes.
- Dan facilidades a los coordinadores para hacer viables los cursos.
- Tienen un excelente profesorado.
- Dan a sus clientes un excelente trato en todo momento.
- Para algunos, INTERLANG es la "referencia de calidad" en cuestión de centros de idiomas.
- Cuentan con una gran experiencia en formación de idiomas.

### Cuadro síntesis de los resultados generales y específicos<sup>1</sup>

	SATISFACCIÓN GENERAL	FASE PREPARATORIA	DESARROLLO DEL PROGRAMA	FASE POSTERIOR	PROFESORES	MATERIALES FORMATIVOS	RELACIONES CON EL ORGANISMO	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	INSTALACIONES	RELACIÓN CALIDAD - PRECIO
N/C									8	
4	4	3	3	4	5	2	9	8		1
3,9		1			1					1
3,8	3		3							1
3,7	1	1	1							
3,6										
3,5	1	2	1	4	2	3		1	2	3
3,4										
3,3										
3,2										
3,1										
3	1	3	2	2	2	4	1	1		5
2,9										
2,8										
2,7										
2,6										
2,5						1				
2,4										
2,3										
2,2										
2,1										
2										
Media	3,755	3,56	3,66	3,60	3,69	3,40	3,90	3,85	3,50	3,33
Peso	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
Impacto		0,49	0,65	0,56	0,50	0,41	0,54	0,44	---	0,14

Los aspectos mejor evaluados han sido los relativos a la **calidad interna de los cursos, el profesorado y la calidad de atención a sus clientes y de la gestión de la formación.** Hay una moderada correlación entre la satisfacción de los clientes y la **calidad de los cursos y el impacto real de la formación que imparten en las empresas clientes.**

### Valores más significativos del estudio de satisfacción de clientes

- Nivel medio de satisfacción general<sup>2</sup>: **3,755** puntos sobre 4.
- Clientes satisfechos: **100%**

<sup>1</sup> Se recogen las puntuaciones otorgadas por los diez clientes en cada concepto. Se puntúa en una escala de 1 a 4, en la que 4= Excelente; 3,9 a 3,2 = Muy Satisfecho; 3,1 a 2,7 = Satisfecho, 2,6 a 2,1 = Ni satisfecho ni Insatisfecho; Menos de 2, claramente Insatisfechos. La tabla recoge puntuaciones comprendidas entre 3 y 4 ya que esta institución no ha obtenidos calificaciones inferiores a 3.

<sup>2</sup> NMSG: La media de los niveles de satisfacción general de todos los clientes encuestados.

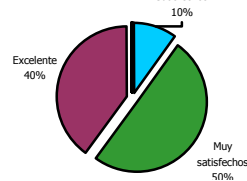
<sup>3</sup> PMV: Es la media de todas las puntuaciones atribuidas por los encuestados a los diversos aspectos sobre los que se ha investigado.

<sup>4</sup> Media de todas las puntuaciones atribuidas por los encuestados pero teniendo en cuenta el diferente peso de los aspectos evaluados (ver cuadro de puntuaciones)

## Comentarios sobre los aspectos principales del servicio recibido

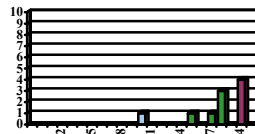
### Satisfacción General

El valor medio del nivel de Satisfacción General es de **3,755 puntos sobre 4**. La puntuación media de la valoración de todos los aspectos es **3,63 puntos sobre 4**. La puntuación media ponderada de todos los aspectos según el peso de cada uno es de **3,62 puntos sobre 4**. El índice de homogeneidad es de **100%**. El porcentaje de clientes satisfechos es el **100%**.



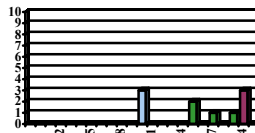
### Fase Preparatoria

Afirman los entrevistados que INTERLANG no pierde a lo largo de las negociaciones su flexibilidad y capacidad de respuesta, siendo "buscadora de soluciones" y llegando siempre a buenos acuerdos. Afirma un cliente que son "proactivos" (lo que celebra este interlocutor porque así se siente estimulado "a hacer más cosas"...). Las negociaciones tienen la duración necesaria, llegando siempre a "buen puerto". Durante éstas, los clientes comentan que "ayudan", "dan ideas", "proponen alternativas ante las dificultades". La media otorgada de **3,56 puntos sobre cuatro**.



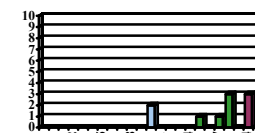
### Desarrollo de los Cursos

Los entrevistados valoran el nivel de consecución de los objetivos propuestos en las diversas acciones formativas realizadas afirmando que, en general, estos objetivos se logran, y que se abordan todos los contenidos comprometidos en los programas, dentro de las grandes líneas que en algunos tipos de cursos se pueden prefiar. Refiriéndose a INTERLANG, dicen que "cumplen a todos los niveles". Estiman que durante el desarrollo de los cursos la aplicación de lo aprendido es esencial, y que esta práctica tiene la proporción adecuada. La puntuación media otorgada a la calidad de los cursos por los clientes es de **3,66 puntos sobre cuatro**.



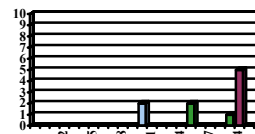
### Fase Posterior al Programa

Estiman los entrevistados que en los cursos de directivos o de mandos en los que se trata de una formación individual, el nivel de la consecución da *excelentes* resultados. A esta formación la evalúan con la máxima puntuación en todos los casos. En los cursos en los que asisten grupos de empleados, es más difícil que todos sigan la formación con la misma eficacia final, ya que, aunque se procura que los grupos de alumnos sean homogéneos, siempre hay quien se esfuerza más, o que tiene menos habilidades para el aprendizaje de idiomas. La media de las puntuaciones otorgadas es muy alta, **3,60 puntos sobre cuatro**.



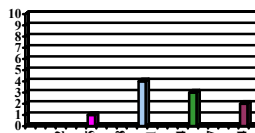
### Formadores y Expertos

A lo largo de las entrevistas realizadas se ha identificado la calidad del equipo docente de INTERLANG como uno de sus activos más valiosos. Se ha valorado el nivel de competencia técnica de los profesores, su habilidad docente y la calidad de su comunicación e inter-relación con los grupos de alumnos. Los entrevistados definen al profesorado como "buenísimo", "muy profesionales", "cuidan mucho su imagen", "muy competentes", "de influencia decisiva sobre los resultados de calidad de la formación que imparten"... La puntuación media otorgada es de **3,69 puntos sobre cuatro**.



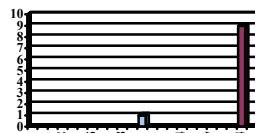
### Materiales Formativos

Los clientes entrevistados describen los recursos didácticos de los alumnos y los empleados por los profesores, procediendo a su valoración. Entienden que, en lo referente a la documentación que reciben los asistentes, ésta es correcta, con buenos contenidos, ordenada y bien presentada. El profesorado emplea los recursos audiovisuales adecuados para la enseñanza de idiomas, es decir, aquellos en los que la práctica de lo aprendido permite la autoevaluación por parte de los alumnos: Grabaciones o visualizaciones mediante los medios audiovisuales oportunos. La puntuación media dada por los clientes es de **3,40 puntos sobre cuatro**.



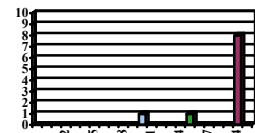
### Relaciones del Organismo de Formación con el Cliente

La apreciación que hacen los clientes de la calidad de atención que reciben por parte de INTERLANG es óptima, y es la más elevada del conjunto de valoraciones realizadas: **3,90 puntos sobre cuatro**, rozando la excelencia (nueve clientes valoran como EXCELENTE este concepto). Describen que las atenciones recibidas son "perfectas", "rápidas", "eficaces". Tienen un interlocutor permanente que atiende puntualmente cualquier acción que se solicite.



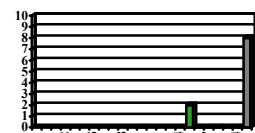
### Organización y Gestión

En lo que se refiere a la gestión administrativa, es decir, a todo el "papeleo" que se requiera antes, durante o tras la formación contratada, los clientes manifiestan estar altamente satisfechos con el trabajo de INTERLANG. Por ello valoran este aspecto con una puntuación media de **3,85 puntos sobre cuatro** (el segundo aspecto más valorado por los entrevistados). Es preciso tener en cuenta que en este caso la calidad del trabajo de INTERLANG repercute directamente en el trabajo de los entrevistados, en tanto que coordinadores de la actividad de formación en sus entidades.



### Instalaciones

Solamente en dos casos los clientes conocían las instalaciones de INTERLANG por recibir su personal formación en dichas aulas. Estos dos clientes puntuaron la adecuación de las aulas al tipo de formación y el equipamiento de las mismas con **3,5 puntos sobre cuatro**. El resto de los clientes se abstuvo de valorar este aspecto.



### Relación Calidad-Precio

Como puede verse en el gráfico, la mitad de los clientes estiman que la posición de los productos en el mercado es BUENA, y que sus precios son los "de mercado", considerando la calidad como una ventaja añadida. Los cinco clientes restantes entienden que, si se tiene en cuenta la garantía de calidad y lo que hay en el mercado, los productos de INTERLANG están MUY BIEN POSICIONADOS. En un caso, se estima incluso que son más baratos que el resto de la oferta del mercado. Algunos comentarios de los clientes: "Están cómodamente instalados con sus ofertas en el mercado"; "Siempre presentamos tres ofertas y ellos ganan sin dificultad..."; "Tienen capacidad de negociación en todo momento"; "Nosotros sabemos lo que pagamos, dando prioridad a la calidad". La media de las puntuaciones es de **3,33 puntos sobre cuatro**.

