



CÓMO DESARROLLAR UN EQUIPO INTERNACIONAL

Guía para aplicar una formación en idiomas que contribuya al negocio

speexx
empowering communication



E-book de Speexx: **Acelera las competencias internacionales de tu plantilla**



Las habilidades sociales efectivas son clave para concluir transacciones multinacionales con éxito. Las competencias lingüísticas y comunicativas, en concreto, convierten a los empleados en un recurso verdaderamente global e integrado. En la actualidad, los directivos pueden seleccionar a la persona adecuada para su próximo proyecto desde cualquier parte del mundo. Una plantilla multinacional con un alto nivel de competencias lingüísticas presta un mejor servicio al cliente y trabaja con más eficiencia con socios y proveedores, otorgando a la empresa una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación frente a sus competidores.

Por tanto, dotar al personal de unas competencias comunicativas efectivas implica mucho más que enseñarle otro idioma. También es necesario entender la cultura. Los miembros de una empresa multinacional deben entender que las personas de distintas culturas interpretarán el lenguaje corporal de diferentes modos y que las normas

Las competencias lingüísticas y comunicativas convierten a los trabajadores en un recurso verdaderamente global e integrado.

de conducta empresarial varían de un país a otro.

Las empresas deben desarrollar las competencias lingüísticas y comunicativas de su equipo de forma consecuente, incluyendo igualmente los aspectos culturales de la comunicación. Las empresas que lo hagan, dispondrán de mejores estrategias de adquisición y retención de talento. Observarán una mejora a medida que los empleados adquieran unas determinadas competencias lingüísticas y comunicativas que perfilarán el desarrollo de su carrera en una empresa global.

Este e-book está orientado a todas las empresas que quieran fomentar una mejor comunicación entre su plantilla internacional, lo que incluye

la adopción de una estrategia de aprendizaje digital, la transformación de la comunicación corporativa y la evaluación de los resultados del desarrollo de las habilidades sociales en la plantilla.

Está dividido en tres secciones:

- Fase 1: Cómo impulsar las competencias comunicativas internacionales
- Fase 2: Cómo redefinir el enfoque comunicativo de la empresa
- Fase 3: Cómo dotar a las empresas de una mayor agilidad a escala mundial

Con independencia de la fase en la que se encuentre tu empresa en términos de desarrollo de las competencias lingüísticas, en este e-book encontrarás recomendaciones para mejorar las comunicaciones de tu equipo e impulsar tu negocio

Fase1: Cómo impulsar las competencias comunicativas internacionales

LA COMUNICACIÓN COMO VENTAJA COMPETITIVA

Las empresas con experiencia saben que la agilidad empresarial debe fomentarse desde la base. Una mejor comunicación elimina barreras con el idioma en empresas multinacionales y acelera el tiempo necesario para conseguir una ventaja competitiva e impulsar los resultados.

¿Su personal cualificado está preparado para internacionalizarse?

Al derribar barreras comunicativas se puede identificar con facilidad al personal cualificado dentro de la gestión global de talento y trasladarse a distintas áreas de la organización. Con ello se permite crear excelentes opciones de movilidad profesional para el personal altamente cualificado. Por ejemplo, un empleado especializado en IT que trabaje para una empresa sueca podría ser trasladado para cubrir una vacante en la sucursal francesa de la empresa, siempre que disponga de las competencias lingüísticas adecuadas. Estos «[héroes locales](#)», que trabajan en una sucursal concreta y ofrecen el máximo desempeño en su campo deben adquirir buenas competencias comunicativas, lo que les permitirá

ascender a un nivel en el que puedan aprovecharse sus conocimientos en toda la organización.

En la encuesta Speexx Exchange, el 49 % de los participantes reconoció que estaba aplicando [programas de enseñanza de idiomas](#) basados en plataformas online. Más de la mitad utilizaba también el e-learning para mejorar sus competencias empresariales y de atención al cliente. Como dato llamativo, el 54 % de los participantes consideraba que sus organizaciones eran multinacionales y multilingües. Además, el 89 % creía que «la comunicación empresarial y las competencias en otros idiomas eran críticas para determinar el éxito de la organización». Si miramos más allá de la estadística, queda claro que las empresas están empezando a comprender que las comunicaciones abiertas mejorarán su éxito comercial.



**Comunicación
como tu
Ventaja
competitiva**

Adelantándose a la competencia

También se ha informado ampliamente de que [China está tomando el relevo a EE. UU. en términos de exportación](#); Speexx colabora estrechamente con distintas organizaciones chinas, incluyendo la Universidad de Pekín, para mejorar el dominio del inglés de sus alumnos. Esto mismo podría aplicarse a Reino Unido, en el proceso de mejora del dominio de francés, alemán o italiano. Una reciente visita a China demostró que aún existe un gran deseo de aprender y exportar.

No obstante, algunas empresas deben recorrer un largo camino antes de poder explotar el beneficio potencial de una cultura

multilingüe. Solo es posible conseguir un auténtico progreso y una ventaja competitiva si las empresas, ya sean grandes o pequeñas, desarrollan estrategias de aprendizaje creativas y

En una plantilla que cambia rápidamente, las competencias lingüísticas son la clave de una comunicación internacional y de unas operaciones más eficientes y rentables.



**Comunicación
como tu
Ventaja
competitiva**

Todo empieza con la integración

Para cosechar los beneficios del aprendizaje multilingüe hay que empezar con una cultura de la integración. Si se toman el tiempo necesario para entender las últimas herramientas de aprendizaje disponibles, las organizaciones podrán crear una actitud global de aprendizaje. Las empresas pueden hacer balance de las actuales competencias lingüísticas de su personal y utilizarlas en su beneficio, al tiempo que garantizan el desarrollo uniforme de nuevos métodos de aprendizaje que sean tanto motivadores, como compatibles con las demandas de la plantilla. Además, pueden revisar las políticas de contratación, las estrategias de formación y los planes de negocio para garantizar que el aprendizaje de idiomas sea parte integral en la cultura de la organización.

En una plantilla que cambia rápidamente, las competencias lingüísticas son la clave de una comunicación internacional

y de operaciones más eficientes y rentables. A largo plazo, esto conducirá a una importante ventaja competitiva en el mercado. En la actualidad, las personas y las organizaciones disponen de una gran flexibilidad en relación con el modo en el que se imparten las competencias lingüísticas y en cómo pueden obtenerse unos resultados efectivos, independientemente de la habilidad, la nacionalidad o la edad. Las organizaciones que quieran obtener una ventaja competitiva necesitarán mejorar las competencias de su personal con el fin de posicionarse mejor para llegar a nuevos mercados y establecer relaciones estratégicas duraderas. La oportunidad de crecimiento empresarial es real y no hay mejor momento que ahora para aprovecharla.

Nuestros white papers gratuitos ofrecen una serie de consejos para desarrollar las competencias comunicativas de tu equipo.

[Descárgalos ahora ▶](#)



**Comunicación
como tu
Ventaja
competitiva**

¿QUÉ **MOTIVA** A LOS EMPLEADOS A APRENDER UN NUEVO IDIOMA?

No cabe duda de que las empresas se benefician de disponer de un personal multilingüe. Los miembros del personal que hablan un segundo idioma pueden ofrecer servicios básicos de traducción. Los representantes de ventas y de atención al cliente tienden a conseguir una mejor conexión y éxito en el mercado si hablan el idioma nativo de las personas con las que tratan. Para un profesional de RR.HH. es fácil entender los beneficios de contratar a personal multilingüe en prácticamente todos los contextos corporativos imaginables.

Sin embargo, contratar a personal multilingüe no siempre es posible. Un candidato específico podría tener una buena cualificación para un puesto en todos los demás aspectos, salvo en el multilingüismo. Y la formación y la experiencia requieren tiempo y recursos, de modo que no tiene sentido reemplazar al personal actual solo porque no habla un idioma concreto, relevante para los intereses de la empresa.

En ese caso, la opción más sencilla es enseñar al personal actual el idioma en cuestión.

Para un profesional de RR.HH es fácil entender los beneficios de contratar a personal multilingüe en prácticamente todos los contextos corporativos imaginables.

Motivación: la clave para el aprendizaje de un idioma

Los profesores de idiomas están de acuerdo en que [la motivación es fundamental para el aprendizaje de un idioma](#). Sin embargo, aunque el personal comprometido con la empresa y con sus objetivos no ponga problemas a la hora de aprender un idioma, no garantiza que el proceso de hacerlo le entusiasme. Esto se aplica especialmente cuando el personal [es hablante nativo de inglés](#).

Desde la empresa se podrá pedir, sugerir o exigirle a un empleado que aprenda un nuevo idioma, pero si este no tiene la motivación suficiente para hacerlo, eso no ocurrirá. Existen dos formas de motivación principales a tener en cuenta: la integradora y la instrumental.



¿Qué motiva a los empleados a aprender un nuevo idioma?

Motivación integradora

Los idiomas están vinculados a una cultura específica. Probablemente, un alumno que aprecie y admire dicha cultura estará más motivado a integrarse en ella aprendiendo su idioma. Se dice que estos individuos tienen una motivación integradora.

Los profesores de idiomas están de acuerdo en que los mejores resultados se obtienen cuando se tiene una motivación integradora e instrumental

Motivación instrumental

No todos los alumnos de idiomas tienen una motivación integradora. Muchos de ellos quieren aprender un idioma con un objetivo práctico. Puede que quieran cumplir un requisito en términos de certificación o poder leer material técnico para su trabajo. Este tipo de motivación se denomina instrumental.

A pesar de que estos dos tipos de motivación son diferentes, no se excluyen entre sí. Los profesores de idiomas están de acuerdo en que los mejores resultados se obtienen cuando se tiene una motivación integradora e instrumental, así como en que es la que mejor permite aprender un idioma con éxito y retenerlo a largo plazo.



¿Qué motiva a los empleados a aprender un nuevo idioma?

¿Cómo puede la empresa motivar a su personal a aprender un nuevo idioma?

Existen distintos métodos que permiten a las empresas inculcar a su personal respeto por una cultura o un idioma específico.

Organizar o asistir a eventos sobre otras culturas

Los responsables de RR. HH. o directores de equipo podrían organizar eventos sociales los fines de semana o después del trabajo que impliquen la asistencia a ferias o festivales

culturales. En estos eventos, el personal podrá disfrutar y entablar relaciones personales con hablantes de la lengua que están aprendiendo. Se trata de una actividad divertida para cualquier persona implicada y contribuye a desarrollar la motivación integradora. Otra opción es organizar eventos o comidas de temática cultural en la oficina.

Ofrecer incentivos

La motivación instrumental también es importante y el modo más evidente de facilitarla es a través de **incentivos corporativos**. Estos podrían variar desde sencillas recompensas en efectivo a promociones profesionales aceleradas para los empleados que demuestren un cierto nivel de dominio de la lengua objeto de aprendizaje. Un buen punto de partida (en especial, si el personal de la empresa **está formado fundamentalmente por millenials**) es ofrecer comentarios positivos.



¿Qué **motiva** a los empleados a aprender un nuevo idioma?

Ofrecer apoyo activo

Muchas empresas deciden subvencionar o pagar la formación de idiomas, u ofrecer clases presenciales en las oficinas durante el horario laboral. Invertir en estas medidas facilita tanto la motivación integradora, como la instrumental.

Con independencia de que la formación de idiomas sea opcional u [obligatoria para el personal](#), una motivación adecuada garantiza unos resultados mucho mejores. La adquisición de una segunda lengua por parte del personal

requiere tiempo y recursos, pero con planificación, las empresas podrán contribuir a incrementar la motivación del personal, lo que les permitirá [mejorar la rentabilidad de la inversión](#) en su programa de desarrollo de los empleados.

Motiva a tu plantilla a aprender un nuevo idioma ofreciendo un programa de formación blended.

Prueba Speexx
hoy mismo



¿Qué **motiva a los empleados a aprender un nuevo idioma?**