

Formación en idiomas de la empresa activo empresarial

La formación en idiomas es un activo de expansión empresarial global.

En un mundo donde el proceso de globalización es preponderante, la necesidad de saber uno o más idiomas extranjeros es de vital importancia, sobre todo en el ámbito empresarial. De hecho, la formación en idiomas corporativos se considera un activo para la expansión en los mercados internacionales, especialmente para aquellas empresas que operan en un contexto global como puedes ver [en esta web](#)

Con el desarrollo de las operaciones en el extranjero, los colaboradores que hablan múltiples idiomas contribuyen a la mejora de las comunicaciones internas, la productividad y un mayor involucramiento de los empleados con respecto a los objetivos de la empresa. En consecuencia, activar cursos de idiomas es un beneficio mutuo, tanto para los colaboradores como para la propia empresa.

La formación ayuda a las empresas a evolucionar globalmente ya adquirir competencias interculturales . Por lo tanto, no se trata solo de la comunicación lingüística: también se trata del aspecto cultural de un idioma, que te permite conectarte con las personas de una manera más profunda y efectiva.

Sin embargo, aprender un idioma no es fácil: requiere compromiso, esfuerzo y una buena dosis de motivación. Por lo tanto, es fundamental contar con un programa bien investigado y de largo plazo, para lograr excelentes resultados que lleven a la empresa y a los empleados al éxito.

¿Quién tiene que aprender un idioma?

En teoría, todos los colaboradores podrían estar involucrados en la formación del idioma. Sin embargo, la decisión sobre quién debe recibir dicha capacitación generalmente se basa en los roles y responsabilidades de los colaboradores individuales y las solicitudes de sus gerentes.

La mayoría de las empresas evalúan las necesidades lingüísticas de cada empleado individual, teniendo en cuenta los objetivos de la organización, las necesidades comerciales y los planes de expansión futuros.

El idioma de los negocios: El inglés

Gracias al expansionismo del mundo anglosajón a lo largo de los siglos, se ha consolidado el estatus del inglés como lengua franca, abarcando todos los sectores de la sociedad contemporánea.

En el mundo de los negocios en particular, el inglés tiene tal importancia que ocupa el primer lugar entre los idiomas que se aprenden en las empresas a nivel internacional, tanto que adquiere su propia definición: Business English, muy utilizado por quienes organizan cursos de idiomas.



Sin embargo, recientemente ha surgido una tendencia contraria que cuestiona el estatus del inglés de negocios como el único idioma en el mundo de los negocios. De hecho, un fenómeno interesante atañe a las empresas que animan a sus empleados a aprender otros idiomas además del inglés.

Una encuesta mostró que, a nivel mundial, el alemán suele ser uno de los idiomas más enseñados en los negocios, seguido del francés y el español.