

# Guía para implementar una formación eficaz de idiomas



La clave para una formación eficaz de idiomas es tener **objetivos claros**, así como **una estrategia global bien definida**.

El objetivo de este breve documento es ayudar al equipo responsable del Área de Personas a tomar la mejor decisión acerca de su programa de formación de idiomas. Y a animarles a concentrarse en la eficacia de la formación en lugar de buscar el precio más bajo. Si las personas participantes no aprenden, la formación es cara, no importa lo "barata" que sea.

## ¿Qué logrará vuestra empresa ofreciendo **formación de idiomas**?

La primera pregunta que podéis haceros es cuál es la razón por la que se están ofreciendo clases de idiomas a ciertos colectivos.

¿Es un "caramelo" por buenos resultados? ¿O una "tradicón heredada" sin objetivos claros? ¿El equipo necesita otros idiomas para llevar a cabo su trabajo?

¿Tal vez la empresa se está preparando para operar en el extranjero o ha sido adquirida por una compañía que utiliza otro idioma como lengua franca?

Antes de empezar a pensar en la oferta de enseñanza de idiomas, es necesario saber para **qué se va a implementar y crear una estrategia coherente**.



## Selección de **participantes**

El alumnado no debe pensar que con sólo ir a clase va a mejorar, también debe colaborar en el proceso de aprendizaje y dedicar tiempo entre clases. Por tanto, es crucial que se filtren a aquellas personas que no se van a comprometer con la formación y que, por tanto, no la aprovecharán.

A continuación, incluimos algunas preguntas de filtro, en orden de prioridad, que sugerimos plantear al equipo antes de permitirles unirse al programa de idiomas.



## Preguntas para **alumnos y alumnas potenciales**

1. ¿Deseas aprender el idioma?  
(es decir, ¿tienes un motivo importante para aprenderlo?)
2. ¿Qué esperas conseguir aprendiendo este idioma?
3. ¿Pagarías una parte de la formación que te estamos ofreciendo?
4. ¿Te comprometes a una asistencia mínima del 75%?
5. ¿Asistirías a clase fuera del horario laboral?
6. ¿Dedicarías al idioma que vas a aprender entre 1 y 3 horas por semana fuera de la clase? (En el caso de un curso online, por lo menos 3 horas por semana trabajando con dicho curso).

A continuación, incluimos algunas cuestiones que las empresas pueden preguntarse a sí mismas antes de organizar el plan de formación:

## Preguntas para la **empresa**

1. ¿Cuál es el objetivo general de esta formación?
2. ¿Quiénes son los clientes internos objetivos (por ejemplo: los mandos intermedios, agentes de servicio al cliente, el equipo de ventas...)?
3. ¿Qué porcentaje de los costes estamos dispuestos a asumir en los siguientes casos?
  - a) La persona necesita el idioma para el trabajo.
  - b) La persona NO necesita el idioma para el trabajo.
4. En el caso de la parte del equipo que sí necesita el idioma, ¿qué nivel necesita?
5. ¿Cuánto tiempo/dinero podemos invertir en la formación de nuestro equipo?
6. Sin el apoyo de las bonificaciones de FUNDAE, ¿todavía ofreceríamos esta formación?
7. ¿Suspenderías el privilegio a asistir a las clases, si una persona no llega a la mínima asistencia establecida?



## Seguimiento/asistencia

Si se permite al alumnado continuar con su formación a pesar de la escasa participación y/o progreso limitado, el mensaje es que la formación no es tan importante. Pero si la empresa controla la asistencia y el progreso y hay consecuencias para aquellos que no llegan a los requisitos mínimos, los equipos toman más en serio la formación y se aprende más rápidamente.

El programa de formación de idiomas debe ser igual que cualquier otro proyecto en la empresa; debe tener objetivos claros, un presupuesto, un timing y, lo más importante, debe evaluarse continuamente.



## ¿Café para **todo el mundo**?

En general, no recomendamos dar a todas las personas de una empresa (o casi todas) formación de idiomas. Debe ser un privilegio, no un derecho. Igual que disponer de un coche de la empresa o un despacho personal.

Hay que decidir, antes de empezar, quién tendrá este privilegio y por qué, y comunicarlo claramente a todos los colectivos de la compañía.

## Compromiso

Los bancos son quizá las organizaciones que mejor saben ganar e invertir dinero; se evidencia incluso en su manera de implementar la formación de idiomas. Por regla general, piden por escrito los objetivos y un timing para conseguirlos, y los empleados/as pagan la formación. Si llegan a los objetivos propuestos en el tiempo acordado, el banco le reembolsa todo lo que ha invertido en su formación.

Aunque vuestra empresa no siga la misma política de los bancos, recomendamos que el alumnado tenga que desembolsar una cantidad simbólica al principio; por ejemplo, el coste de los materiales. De esta manera se filtran a todos aquellos que sólo se apuntan porque “es gratis”.

## ¿Tenéis preguntas?

Si es así podéis contactarme por teléfono o por correo electrónico.

Escucharé encantada vuestras dudas, preguntas, experiencias e inquietudes.



93 363 54 78



olga@ziggurat.es



www.ziggurat.es

**ziggurat** Escuela corporativa  
de idiomas

[www.ziggurat.es](http://www.ziggurat.es)