



Business

EN COLABORACIÓN CON

**CHIEF
LEARNING
OFFICER**
Solutions for Enterprise Productivity

EL IDIOMA DEL EMPLEADO COMPROMETIDO

Por Sara Davila, revista
Chief Learning Officer

Las empresas globales, así como las firmas internacionales y nacionales, tienen como mínimo una cosa en común: todas ellas se esfuerzan por mejorar la rentabilidad de sus inversiones, manteniendo al mismo tiempo el compromiso y la cualificación de su personal. La realidad muestra que los empleados están hoy menos comprometidos que nunca, y las investigaciones independientes arrojan niveles de descompromiso que alcanzan porcentajes cercanos al 70% en todo el mundo¹. Para la mayoría de empleadores, solo el 30% o menos de sus empleados están comprometidos cotidianamente. ¿Cuáles son las consecuencias de tener un personal descomprometido? Una rentabilidad reducida, una productividad menguada, un estrés incrementado y un mayor nivel de rotación y de accidentes laborales². Las organizaciones utilizan distintas soluciones para intentar mejorar el compromiso de sus empleados. Una encuesta reciente podría señalar una opción sorprendente para los empleadores que mejora el compromiso, aumenta la satisfacción en el trabajo e impulsa la productividad, haciendo que las empresas sean más atractivas para los mejores talentos y potencialmente más competitivas a nivel mundial.



¿Cuál es esta nueva y potente arma para los empleadores? La adquisición lingüística en forma de formación lingüística en el puesto de trabajo. En la encuesta Employee Use Insight de 2014, la división de Empresa y educación de Rosetta Stone evaluó a una muestra transversal de empleados de empresas multinacionales que utilizaban los productos de formación en idiomas de Rosetta Stone® para mejorar las competencias en idiomas. Los resultados muestran que los empleados que tienen mayor acceso a los productos de idiomas basados en la empresa hacen más que aprender idiomas, señalando beneficios que conducen a una rentabilidad de la inversión mensurable para las organizaciones dispuestas a invertir en la formación lingüística de sus empleados.

Hallazgos principales

1. La formación en idiomas aumenta la confianza: El 79% de los entrevistados se sienten más confiados cuando realizan un trabajo que requiere una interacción con hablantes de otros idiomas, incluidos los clientes.
2. La comprensión mejora la producción: 8 de cada 10 entrevistados se sienten más productivos cuando trabajan con equipos, socios y vendedores que hablan el mismo idioma que están aprendiendo.
3. El idioma compromete: 8 de cada 10 entrevistados se sienten más comprometidos con su trabajo porque sus empleadores les proporcionaron formación en idiomas.
4. El idioma demuestra el apoyo del empleador: 8 de cada 10 pensaban que el acceso a las herramientas de formación lingüística era una representación del interés de la empresa por el desarrollo personal.
5. La formación lingüística se traduce en la retención de los empleados: Los empleados que estaban aprendiendo un idioma en el puesto de trabajo indicaron que eran un 71% más propensos a permanecer en sus empresas.

Definición del compromiso

Según la encuesta Talent Management Employee Engagement de 2014, la mayoría (85%) de organizaciones definían el compromiso como "la medida en que los empleados están motivados para contribuir al éxito de la empresa y su voluntad de esforzarse sin restricciones para realizar las tareas importantes para el cumplimiento de las metas empresariales"³. Las propuestas más comunes de los empleadores para mejorar el compromiso son numerosas, incluyendo:

- programas de reconocimiento del empleado (61%)
- programas de conciliación entre vida laboral y personal (55%)
- programas de bienestar (50%)
- prolongación de los plazos de las tareas (45%)
- programas de incentivos (42%)

Además, casi una cuarta parte de las empresas ofrecen programas de beneficios (29%), programas de compensación (23%), o programas de donaciones y caridad (21%) para comprometer a su personal⁴.

Las organizaciones ya están invirtiendo en una amplia gama de herramientas, lo que indica que no existe una solución única para resolver el problema del compromiso. Las herramientas de desarrollo lingüístico deberían ser considerada como una aportación de alto valor en la lucha contra el descompromiso.



L1: Idioma uno. La lengua de comunicación nativa.

L2: Idioma dos. Un segundo idioma que se está estudiando.

Empleadores que ofrecen acceso al segundo idioma (L2) las herramientas de formación mejoran la confianza y la productividad de los empleados, especialmente cuando interactúan con hablantes de L1 (hablantes nativos del idioma que se está estudiando). Los empleados que tienen acceso a las herramientas de desarrollo lingüístico confirman los beneficios de aprender el idioma de los compañeros y clientes. De los entrevistados, un 79% se sentían más productivos al trabajar con equipos, socios y vendedores del idioma L1.

La adquisición lingüística también influye en el tiempo necesario para finalizar las tareas, ya que casi tres cuartas partes (72%) de los entrevistados reconocen que la formación en idiomas reduce el tiempo necesario para terminar las tareas que requieren interacciones con hablantes de L1. De manera parecida, los empleados que reciben formación en idiomas indican que han reducido el tiempo que le dedican a finalizar las tareas con una componente de comunicación con hablantes de L1 en un promedio del 47%.



Además, más de tres cuartas partes de los entrevistados (79%) afirman que se sienten más confiados en trabajos que requieren interacción con hablantes de L1, incluidos los clientes. De todos los entrevistados, dos tercios (66%) afirmaron ser capaces de dar servicio a un amplio número de clientes gracias a la formación en idiomas proporcionada por sus empleadores. Esto resulta tanto más importante cuanto ha quedado demostrado que la capacidad de comprometerse con los clientes mejora el compromiso del empleado con la empresa⁵.

Para los empleados, la mejora de la comunicación implica una mayor capacidad para interactuar mediante las cuatro habilidades comunicativas (hablar, leer, escuchar y escribir) al trabajar con hablantes de L2. En los negocios, esto implica reuniones más rápidas, una asimilación más rápida de la información difundida en toda la empresa, una mayor comprensión del material de lectura como los posters, los artículos de formación, los boletines informativos, los correos electrónicos y las memorias de proyecto, así como una interacción más fluida con los nativos de L2⁶.

Generación de eficiencia

"Debido a mis proyectos, estoy en contacto permanente con el equipo de Brasil (reuniones mensuales, correos electrónicos, viajes al país) y ser capaz de hablar en el idioma local facilita y agiliza las cosas. ... Acabo de volver de mi segunda visita a Brasil en cuatro meses y he podido participar en una reunión de dos días en portugués, entendiendo el 90% de lo que se dijo sin necesidad de traducción".

— Extracto de los comentarios de los empleados en la encuesta de satisfacción del usuario de Rosetta Stone Enterprise 2014.

Formación lingüística y eficiencia de los empleados

La adquisición lingüística en el puesto de trabajo no solo es beneficiosa para el trabajo que requiere una interacción directa con hablantes de L1. Los entrevistados también piensan que aprender un segundo idioma mejora su capacidad para ser eficientes en su función general, tal y como indicaron 9 de cada 10 (86%) entrevistados. Además, estos empleados sienten los efectos positivos de la formación lingüística fuera del lugar de trabajo.



Como indicaron 8 de cada 10 entrevistados (81%), aprender un nuevo idioma ha ampliado su mundo fuera del trabajo. Este último hallazgo indica que los empleados que aprenden un segundo idioma pueden haber desarrollado una identidad lingüística más fuerte en L2, que puede impulsar su autoestima y su velocidad de integración, tanto en la vida profesional como personal⁷. Esto es especialmente importante para los empleados que trabajan fuera de sus países de L1, donde la carencia del L2 puede afectar en gran medida a su calidad de vida, pudiendo suponer una barrera para satisfacer las necesidades básicas debido a la incapacidad para comunicarse.

Sin embargo, la formación lingüística proporcionada por el empleador da lugar a un mayor compromiso con su entorno, dentro y fuera del trabajo, y a una mayor confianza a la hora de hablar con hablantes nativos de L2. Los entrevistados que recibieron formación de sus empleadores se sienten, en promedio, un 56% más confiados al comunicarse con nativos de L1. La capacidad para mejorar el compromiso fuera del trabajo presenta un beneficio adicional para los empleadores, especialmente en cuanto a los trabajadores que viven en un entorno de inmersión: una mayor voluntad de comunicarse agiliza la adquisición del L2 que se está estudiando en el puesto de trabajo⁸.

El acceso a las herramientas de aprendizaje desempeña un papel importante en el desarrollo del L2, y las herramientas ofrecidas por los empleadores se encuentran entre las más eficaces para posibilitar el aprendizaje de los empleados. Las investigaciones independientes confirman que, para los empleados que aprenden una habilidad en el puesto de trabajo, el acceso a las herramientas de aprendizaje relevantes, correspondientes a las necesidades y capaces de proporcionar experiencias de aprendizaje apropiadas generan las mayores mejoras en retención de información y en desarrollo de las habilidades individuales⁹.

El acceso a la formación lingüística tuvo un gran impacto en la eficiencia y en el compromiso, independientemente del tiempo dedicado al estudio del idioma, aunque los empleados que dedicaron más tiempo al estudio del idioma percibieron su valor de manera distinta¹⁰. Los entrevistados de uso más intensivo dijeron ser más productivos (83%), una mejora percibida que representó un incremento del 14% por encima de los alumnos de uso menos intensivo. De manera parecida, el 92% de los empleados de uso más intensivo afirmaron que la formación en idiomas ofrecida demuestra que su empresa tenía un interés particular en su desarrollo personal. Este porcentaje es un 11% superior al de los alumnos de uso menos intensivo. Al preguntarles si el hecho de aprender un nuevo idioma había ampliado su mundo fuera del trabajo, el 86% de los alumnos de uso más intensivo estuvieron de acuerdo, un 18% por encima de los alumnos de uso menos intensivo. Por último, al preguntarles como afecta la formación lingüística a su confianza al comunicarse con hablantes de L2, más de dos terceras partes de los empleados de uso más intensivo indicaron un incremento del 50%, es decir, un 40% por encima de los alumnos de uso menos intensivo.

Para los empleados que aprenden una habilidad en el puesto de trabajo, el acceso a las herramientas de aprendizaje relevantes, correspondientes a las necesidades y capaces de proporcionar experiencias de aprendizaje apropiadas generan las mayores mejoras en retención de información y en desarrollo de las habilidades individuales.

Formación en idiomas y compromiso de los empleados

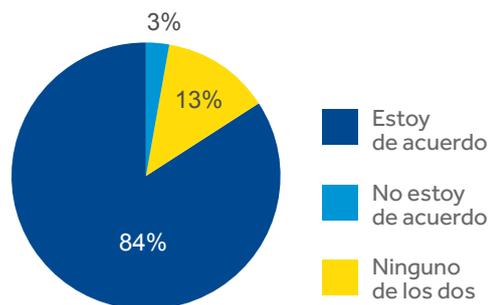
Gran parte de la reducción del compromiso profesional puede estar ligada a una carencia de actividades cognitivas, emocionales y físicas capaces de satisfacer las necesidades de los trabajadores¹¹.

Como se mencionó anteriormente, las estrategias para motivar y comprometer a los empleados pueden basarse en el uso de programas de bienestar, de trabajo incentivado y de reconocimiento del empleado. Se trata de una inversión importante, ya que la salud y el bienestar influyen directamente en la eficiencia de toda la organización¹². Para los empleados de una empresa que no hablen el idioma dominante, las necesidades de bienestar van más allá de acceso a los servicios¹³. Los hablantes de otros idiomas pueden no ser capaces de hacer uso de programas empresariales destinados a mejorar el bienestar (y, a través del mismo a incrementar el compromiso) debido a las deficiencias idiomáticas.

Para una empresa, proporcionar acceso a soluciones de formación lingüística de alta calidad puede resultar tan vital como los programas de bienestar para mejorar el compromiso profesional. Esto se debe a que la formación lingüística repercute directamente en las tres áreas clave de las necesidades del empleado: social, cognitiva y física. En primer lugar, aprender un nuevo idioma puede mejorar de manera inmediata las capacidades sociales, dando acceso a nuevas vías de comunicación. Además, el desarrollo lingüístico incrementa la capacidad cognitiva de los alumnos, desarrollando específicamente el control ejecutivo de los procesos de pensamiento, que se traduce en una función cerebral incrementada y en una mayor claridad de pensamiento¹⁴. La adquisición de un nuevo idioma presenta un beneficio añadido, ya que ayuda a prevenir el declive de la función cognitiva¹⁵. Otro beneficio de la formación lingüística es un mejor proceso emocional ya que, en muchos casos, los alumnos experimentan el desarrollo de una identidad lingüística dual que puede crear una zona tampón para el procesamiento de las experiencias emocionales¹⁶. Esto puede, a su vez, llevar a una mejora del razonamiento y de la resolución de conflictos para los alumnos competentes en múltiples idiomas¹⁷.

Los empleados confirman estos beneficios cognitivos y emocionales de la adquisición de un segundo idioma, afirmando sentirse más confiados y comprometidos con su trabajo.

Aprender un idioma me hace sentir más comprometido/a con mi trabajo.



De hecho, de los empleados entrevistados, 9 de cada 10 (84%) indicaron que aprender un idioma mejoró su sentimiento de compromiso profesional. El efecto del aumento del compromiso profesional fue todavía más marcado en los alumnos que dedicaron más tiempo al desarrollo del idioma, declarando casi tres cuartas partes de estos (74%) que se sintieron al menos un 50% más comprometidos como resultado directo del acceso a las herramientas de formación lingüística proporcionadas por el empleador. Esto da lugar a una conexión clara entre la adquisición del lenguaje y el aumento del compromiso profesional.

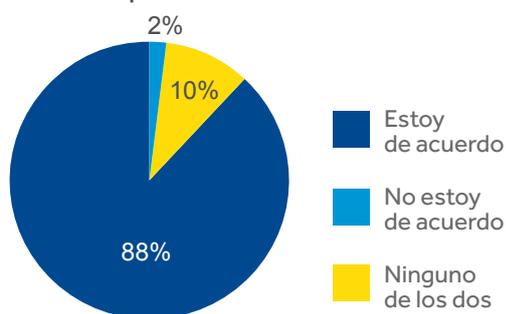
De los empleados entrevistados, más de 8 de cada 10 (88%) pensaban que el acceso a las herramientas de formación lingüística era una representación del interés de la empresa por su desarrollo personal. Este sentimiento de valor desempeña un papel importante para fomentar el bienestar emocional de los empleados, que repercute en la percepción del valor del empleador para el empleado¹⁸.

Además, el acceso a la formación lingüística influyó en la percepción que el empleado tenía del empleador: el 89% de los empleados indicaron que la formación en idiomas incrementó sus sentimientos positivos hacia la empresa. El aumento del compromiso y del sentimiento de satisfacción en el trabajo y con los empleadores genera beneficios a largo plazo en la mejora de la retención de los empleados¹⁹, lo que hace del coste de la formación lingüística una inversión que puede generar una alta rentabilidad de la inversión gracias a la menor rotación de los mejores talentos. Así pues, este es otro indicador fuerte de que la formación lingüística en el puesto de trabajo podría ser la herramienta perfecta para luchar contra la crisis del compromiso en la empresa.

Formación lingüística y retención de los empleados

Las respuestas de los entrevistados en esta encuesta ya muestran que ofrecer formación lingüística desempeña un papel importante a la hora de forjar actitudes hacia los empleadores. Proporcionar herramientas de formación lingüística va aún más lejos, demostrando a los empleados que su crecimiento (a través de la adquisición de conocimientos y habilidades valiosos para la organización) se traducirá en un mayor potencial de carrera.

El acceso a la formación lingüística me hace sentir que la empresa se interesa por mi desarrollo.



Casi 3 de cada 4 entrevistados (71%) indicó que el acceso a las herramientas lingüísticas de la empresa han impactado en sus perspectivas de avance de carrera. Esto apunta directamente a la manera en que las herramientas lingüísticas pueden hacer mucho más que mejorar la comunicación del empleado. Las herramientas lingüísticas fomentan directamente el desarrollo de talentos y pueden alentar a los empleados a participar en cursos de liderazgo y en otros tipos de formación para el desarrollo profesional, un interés que puede mejorar las reservas de talento y reducir los costes de selección de personal.

Los empleados confirmaron que la lealtad a su empresa en el tiempo había mejorado significativamente por la voluntad de la empresa en invertir en formación lingüística. De los entrevistados, aquellos que utilizaban herramientas de formación lingüística dijeron que su voluntad de permanecer con un empleador era en promedio un 71% superior como resultado directo del compromiso de la empresa de proporcionar formación lingüística. Una vez más, este porcentaje de voluntad de permanecer en la empresa debido al acceso al aprendizaje de idiomas alcanza el 81% para los alumnos que dedicaron más tiempo al aprendizaje. En la mayoría de los casos, el tiempo que los empleados dedican al desarrollo del idioma está directamente correlacionado con un mayor sentimiento de compromiso, confianza, productividad y lealtad a la organización.

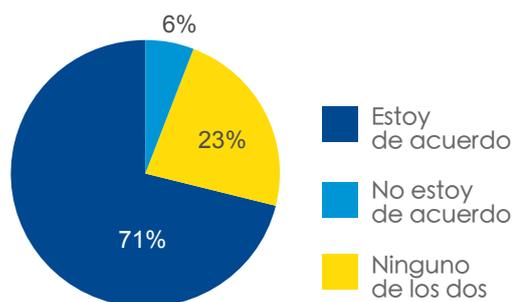
Desarrollo de los trabajadores

"Para mí, [aprender un nuevo idioma] es importante para... el crecimiento personal y profesional. Necesito mejorar mi inglés porque quiero que se me tenga en cuenta para... puestos más altos."

— Extracto de los comentarios de los empleados en la encuesta de satisfacción del usuario de Rosetta Stone Enterprise 2014.

Aquellas organizaciones que deciden utilizar soluciones de formación lingüística para empresas en lugar de los paquetes de software genéricos estarán mejor situadas para medir la rentabilidad de su inversión, ya que las mejores de estas soluciones ofrecen visibilidad sobre mediciones fundamentales como el tiempo dedicado a la tarea, el progreso y las competencias. Las investigaciones han mostrado que los cuadros de mandos avanzados, capaces de proporcionar análisis del aprendizaje, pueden contribuir a mejorar los resultados de los programas de aprendizaje²⁰, permitiendo que los responsables de Aprendizaje y Desarrollo vean el nivel de éxito del alumno y sus áreas de progreso. En las organizaciones que lanzan programas de desarrollo lingüístico a gran escala, las soluciones para empresas resultan ventajosas, ya que facilitan el acceso y la interpretación de las estadísticas de uso de los empleados. El acceso a esta información permitirá a los responsables de Aprendizaje y Desarrollo y de Recursos Humanos, así como a los mandos correspondientes, determinar exactamente en qué medida las inversiones en formación lingüística mejoran el compromiso, la eficiencia, la productividad, y el tiempo de finalización en toda la organización.

Aprender un idioma ha mejorado mis posibilidades de carrera.



Desarrollo de los trabajadores

"Aunque no es necesario en mi función actual, creo que estas habilidades serán muy beneficiosas en los puestos a los que pienso postular más adelante."

— Extracto de los comentarios de los empleados en la encuesta de satisfacción del usuario de Rosetta Stone Enterprise 2014.

Conclusiones

Aunque no hay una solución única para luchar contra el descompromiso de los empleados, los resultados de esta encuesta indican que la práctica de comprometer a los empleados sigue siendo un complejo mosaico de herramientas eficaces. Frente a la necesidad de mejorar la productividad y mantener la motivación de los trabajadores, es imposible ignorar el impacto del estudio de idiomas en los trabajadores. Solo las implicaciones en lo relativo al aumento de la productividad y de la satisfacción de los trabajadores hacen de la inversión en soluciones de formación lingüística para empresas un gran factor de valor. Está claro que los beneficios de la adquisición lingüística influyen en las vidas de los empleados con consecuencias de largo alcance: mejora de la confianza, de la comodidad y de la felicidad, tanto en el trabajo como en la vida, a medida que se adquieren las herramientas necesarias para incrementar la comunicación. Para los empleados, el acceso a las herramientas de formación lingüística les demuestra que no son sólo engranajes de una máquina, sino que son miembros valiosos de la organización, lo que quizás sea el beneficio más importante de proporcionar acceso al estudio de idiomas.

Bibliografía

1 Wollard, K. (2011). Quiet desperation: Another perspective on employee engagement. Sage, 526-536. Limpman, V. (2013). Surprising, disturbing facts from the mother of all employee engagement surveys. Forbes. • 2 Herman, R., Olivio, T., & Gioia, J. (2003). Impending crisis: Too many jobs, too few people. Winchester, Virginia: Oakhill Press. Butterworth, P., Leach, L., Strazdins, L., Olesen, S., Rodgers, B., & Broom, D. (2011). Work-place: The psychosocial quality of work determines whether employment has benefits for mental health: Results from a longitudinal national household panel survey. Occupational and Environmental Medicine. Kulas, J., McInerney, J., DeMuth, R., & Jadowski, V. (2007). Employee satisfaction and theft: Testing climate perceptions as a mediator. Journal of Psychology, 389-402. Ratley, J. (2010). Report to the nationals on occupational fraud & abuse: 2010 global fraud study. Austin, Texas: Association of Certified Fraud Examiners. • 3 Talent Management magazine. (2014). 2014 Employee Engagement Survey. Chicago: Talent Management. • 4. Ibid. • 5. Grove, H. (2014, March). Executive Vice President and Chief Marketing Officer of State Street Corporation. (D. Kiron, Interviewer) • 6 Bhatia, V., & Bremner, S. (2012). English for business communication. Language Teaching, 410-445. • 7 Ibid. • 8 Wang, C. (2009). On linguistic environment for foreign language acquisition. Asian Cultural and History, 58-62. • 9 Dolog, P., Simon, B., Nejd, W., & Kobucar, T. (2008). Personalizing access to learning networks. ACM Transactions on Internet Technology, 8-21. • 10 In a 12-month period a substantial amount of time was devoted to language study by employees, with 3 out of 5 employees spending more than 16 hours on language study and 40 percent of employees spending between 1 and 15 hours on L2 (second language) development. • 11 Wollard, K. (2011). Quiet desperation: Another perspective on employee engagement. Sage, 526-536. • 12 Dunning, M. (2013). Wellness efforts viewed as investments. Business Insurance. • 13 Adamuti-Trache, M. (2013). Language acquisition among adult immigrants in Canada: The effect of preimmigration language capital. Adult Education Quarterly, 103-126. • 14 Emmorey, K., Luk, G., Pyers, J., & Bialystok, E. (2008). The course of enhanced cognitive control in bilinguals: Evidence from bimodal bilinguals. Psychological Science, 1201-1206. • 15 Bialystok, E., & Craik, F. (2010). Cognitive and linguistic process in the bilingual mind. Current Directions in Psychological Science, 19-23. • 16 Pavlenko, A. (2012). Affective processing in bilingual speakers: Disembodied cognition? International Journal of Psychology, 405-428. • 17 Moreno, S., Bialystok, E., Wodniecka, Z., & Alain, C. (2010). Conflict resolution in sentence processing by bilinguals. Journal of Neurolinguistics, 564-579. • 18 Kahn, A., Stanton, J., & Rahman, S. (2013). Employees' attitudes towards the sponsorship activity of their employer and links to their organizational citizenship behaviors. • 19 Virgin Pulse with Workforce Magazine. (2014). 2014: The business of healthy employees: a survey of workplace health priorities. Chicago: Virgin Pulse with Workforce Magazine. • 20 Verbert, K., Duval, E., Klerkx, J., Govaerts, S., & Santos, J. (2013). Learning analytics dashboard applications. American Behavioral Scientist, 1500-1509.

Acerca del Grupo Human Capital Media Advisory

El Grupo Human Capital Media (HCM) Advisory es el departamento de investigación de la revista *Chief Learning Officer*. Nuestra misión consiste en centrarnos en los temas relacionados con el capital humano importantes para los principales dirigentes. Nuestra investigación está destinada y llevada a cabo con el fin de permitir al consumidor demostrar un liderazgo de pensamiento gracias al acceso a hallazgos de alto nivel en tiempo real. Proporcionamos juegos de datos, así como información y diagramas que pueden utilizarse para elaborar casos de estudio y presentaciones de empresas.

Si desea hacernos alguna pregunta, contáctenos en: kimmel@humancapitalmedia.com

Acerca de la revista *Chief Learning Officer*

Chief Learning Officer es el principal recurso de la rápidamente creciente industria del aprendizaje y del desarrollo de los trabajadores. Su revista insignia y su red de publicaciones relacionada, sus medios electrónicos y sus eventos internacionales han convertido a *Chief Learning Officer* en la fuente primordial de liderazgo del pensamiento para los ejecutivos más importantes. La revista les proporciona un acceso constante a información fiable y relevante, así como a foros para estar en contacto con otros líderes de aprendizaje de todo el mundo.

Acerca de Sara Davila

Sara Davila es escritora freelance para *Chief Learning Officer*, y trabaja en el sector de los idiomas y del desarrollo lingüístico desde hace más de 10 años. Ha trabajado tanto en Estados Unidos como en el extranjero como docente de idiomas y como experta en aprendizaje en el sector de la adquisición lingüística. Sara ha llevado a cabo amplias investigaciones sobre la evaluación de la eficiencia y las estrategias de formación basadas en la comunicación, con presentaciones, elaboración de cursos y artículos periodísticos sobre cada uno de estos temas. Actualmente trabaja como diseñadora de planes de estudios y directora de investigación en Chicago.

Acerca de Rosetta Stone

Rosetta Stone es líder mundial en soluciones de aprendizaje de idiomas mediante la tecnología para usuarios individuales, colegios y organizaciones.

Nuestras soluciones interactivas y flexibles ya ayudan a más de 12.000 empresas, 9.000 organizaciones del sector público y 22.000 instituciones educativas de todo el mundo, así como a millones de alumnos de más de 150 países.



Business