

El impacto de la enseñanza de idiomas en una muestra de empresas francesas desde una perspectiva de Recursos Humanos

Francesca Pellegrini

fpellegrini@uoc.edu

Tutor: Dr. Fabio Zamarreño Méndez

30/06/2023

Trabajo final de máster

Curso 2022-23, 2º semestre

Leçon n° 1: Un bon moyen de gâcher son bonheur, c'est de faire des comparaisons (François Lelord)

Invecchio imparando sempre nuove cose (Solone)

L'art est une démonstration dont la nature est la preuve (George Sand)

È sapiente colui che sa di non sapere, non chi s'illude di sapere e ignora così perfino la sua stessa ignoranza (Socrate)

Seas but join the regions they divide (Alexander Pope)

A vida é a arte do encontro embora haja tanto desencontro pela vida (Vinícius de Moraes)

L'odeur et la saveur restent encore longtemps, comme des âmes, à se rappeler, à attendre, à espérer, sur la ruine de tout le reste, à porter sans fléchir, sur leur gouttelette presque impalpable, l'édifice immense du souvenir (Marcel Proust)

Ha da passà 'a nuttata (Eduardo De Filippo)

Atto di fede (Luciano Ligabue)

Si vas a mirar atrás que sea para ver lo que has trabajado para llegar hasta dónde estás (Mireia Belmonte)

*Quando ti metti in viaggio verso Itaca,
augurati che la strada sia lunga,
ricca di avventure, ricca di conoscenza.
Non temere i Lestrigoni
e i Ciclopi e la rabbia di Poseidone.
Non troverai mai nulla di simile sulla tua strada,
se i tuoi pensieri si manterranno elevati,
se una bella emozione toccherà il tuo corpo e il tuo spirito.
Non incontrerai i Lestrigoni,
i Ciclopi e il feroce Poseidone,
se non li porti dentro l'anima,
se la tua anima non te li evoca innanzi. (Kostantinos Kavafis)*

Leçon n° 7: L'erreur, c'est de croire que le bonheur est le but (François Lelord)

Une nouvelle leçon : Prendre du temps pour regarder la beauté du monde (François Lelord)

Agradecimientos

Deseo agradecer a Fabio, por su humanidad y disponibilidad. He intentado “fare tesoro” de sus consejos y correcciones. Ha sabido cómo animarme haciéndome disfrutar de mi TFM, que yo temía a priori. Con gran profundidad, claridad e *leggerezza* me ha guiado: “Prendete la vita con leggerezza, ché leggerezza non è superficialità, ma planare sulle cose dall’alto, non avere macigni sul cuore” (Italo Calvino)

Gracias a todos los profesionales de RRHH que, sin conocerme, han querido ayudarme respondiendo a mi cuestionario demostrando mucha amabilidad.

Grazie mille a Coline per la sua disponibilità e le sue correzioni.

Gracias a Patrick, que me da la posibilidad de poner en práctica lo que he aprendido en estos años.

Grazie a Claire e a Coline, y a los tantos alumnos que con energía, motivación y simpatía comparten o han compartido horas de su vida conmigo haciendo posible que realmente mi profesión rime con pasión.

Una alumna acaba de aprobar el último examen de su carrera y puede licenciarse. Lo sé, a veces no es nada fácil, a veces quisiéramos rendirnos. Sin embargo, ha empezado a creer en sí misma y solamente con muy pocas horas de clase ha logrado su objetivo... esta era la clave. Gracias por haber confiado en mí, que me siento una profe-entrenadora o una entrenadora-profe. ¡Somos un equipo!

A-Mar

Gracias Mi Vida por creer en mí, examen tras examen e Grazie A Tutti voi giorno dopo giorno. Radici e ali sorvolando accarezzo il mare.

Grazie a F. P. N., per tutto quello che significhi per me e la mia famiglia e ciò che mi stai *in-segnando*.

Grazie Francesca, ti voglio bene. È bello vederti sorridere e ora: goditi il tuo tempo libero e il tuo viaggio.

Et, sans savoir pourquoi, disent toujours: Allons! (Charles Baudelaire)

Índice

1. INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	8
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1 Contexto y estado del arte	11
2.2 Objetivos.....	14
3. METODOLOGÍA.....	18
3.1 Metodología cuantitativa	19
4. RESULTADOS	19
4.1 Datos sociodemográficos	20
4.2 Datos referentes a las preguntas de investigación	22
5. DISCUSIÓN.....	31
6. CONCLUSIONES.....	33
7. PROPUESTA DE MEJORA	34
8. LIMITACIONES DEL TRABAJO	36
9. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	38
RERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXOS.....	45
Anexo 1.	45
Anexo 2.	46

Índice de tablas

Tabla 1. Objetivo principal, pregunta de investigación, hipótesis y metodología.....	14
Tabla 2. Subobjetivos, preguntas de investigación e hipótesis	15

Índice de gráficos

Gráfico 1. Sectores en los que trabajan los profesionales de Recursos Humanos contactados	20
Gráfico 2. Tamaño de las empresas en las que trabajan los profesionales de Recursos Humanos	21
Gráfico 3. Porcentaje de empresas que comercian con países extranjeros	21
Gráfico 4. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados.....	22
Gráfico 5. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados en función de si comercian o no con el exterior.	22
Gráfico 6. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados en función del tamaño.....	23
Gráfico 7. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados en función del sector	23
Gráfico 8. Porcentaje de los idiomas más requeridos	24
Gráfico 9. Porcentaje de empleados, departamentos y cargos directivos que reciben formación lingüística.....	25
Gráfico 10. Porcentaje de cursos presenciales, en línea y <i>blended learning</i>	25
Gráfico 11. Porcentaje de los cursos presenciales impartidos en empresa o fuera de la empresa	26
Gráfico 12. Porcentaje de los recursos tecnológicos utilizados para los cursos de idiomas	27
Gráfico 13. Porcentaje de los criterios utilizados por el departamento de RRHH para seleccionar los idiomas, las academias o a los profesores.....	28
Gráfico 14. Porcentaje de profesores internos o externos a la empresa	28
Gráfico 15. Porcentaje del impacto y el alcance de la formación lingüística.....	29
Gráfico 16. Porcentaje del grado de satisfacción de los empleados sobre sus clases de idiomas	30
Gráfico 17. Porcentaje que expresa el retorno de la inversión en cuanto a formación se refiere	30
Gráfico 18. Los beneficios aportados por el aprendizaje de idiomas	31

Abstract

The main purpose of this work is to investigate how Human Resources departments in a random sample of French companies take language training into account. In order to carry out this TFM, we have used the quantitative method and tried to cover in part an area of knowledge that is evolving and still little studied. Several studies highlight the fact that speaking other languages facilitates professional careers, improves cognitive skills, creativity, concentration and memory, not to mention the social and psychological benefits. Among the companies surveyed, there appears to be some satisfaction with the language training provided. However, although some of them trade or have contacts abroad, not all of them provide language courses for their staff, contrary to what was stated in the hypotheses. Most of the courses are blended learning, Microsoft Teams is the most used technological resource, English is still the most required language as foreseen in the hypotheses and the sector that most requires such training is IT. Respondents say that speaking languages helps them to communicate with their customers and potential customers, to be more open-minded, to socialise and to have psychological benefits. Therefore, thanks to language teachers and researchers, we believe it is necessary to raise awareness among companies and policy makers of the importance of lifelong language training for young people and seniors. In the framework of Training and Development, a plan for the implementation of in-company language training is proposed.

Keywords:

foreign language study benefits, language teaching, lifelong learning, bilingualism, digitalisation

Resumen

El principal propósito de este trabajo consiste en investigar cómo los departamentos de Recursos Humanos en una muestra aleatoria de empresas francesas tienen en cuenta la enseñanza de idiomas. Para llevar a cabo este TFM se ha empleado el método cuantitativo y se ha intentado cubrir en parte un área de conocimiento en evolución y todavía poco estudiada. Varios estudios destacan que hablar otros idiomas facilita la carrera profesional, mejora las habilidades cognitivas, la creatividad, la concentración y la memoria, sin olvidar los beneficios sociales y psicológicos aportados. Entre las empresas encuestadas resulta haber cierta satisfacción acerca de la formación lingüística brindada. Sin embargo, aunque algunas de ellas comercien o tengan contactos con el extranjero, no todas brindan cursos de idiomas a su plantilla, a diferencia de lo que se había afirmado en las hipótesis. La mayoría de los cursos son *blended learning*, Microsoft Teams es el recurso tecnológico más utilizado, el inglés sigue siendo el idioma más requerido como previsto en las hipótesis y el sector que más requiere dicha formación es el de tecnologías de la información. Los encuestados afirman que hablar idiomas les sirve para comunicarse con sus clientes y los potenciales clientes, tener una mayor apertura mental, socializar y tener beneficios psicológicos. Por ello, gracias a los profesores de idiomas y a los investigadores, consideramos necesario concienciar a las empresas y a los responsables políticos de la importancia de la formación lingüística a lo largo de la vida para jóvenes y sénior. En el marco de la Formación y Desarrollo, se propone un plan de implementación de la enseñanza de idiomas en empresa.

Palabras clave:

beneficios del estudio de idiomas extranjeros, enseñanza de idiomas, aprendizaje permanente, bilingüismo, digitalización

1. INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

En unos entornos VUCA (volátiles, inciertos, complejos y ambiguos), en un mundo siempre más diverso y tecnológico en el que la docencia de idiomas puede ser presencial, en línea e híbrida (Trujillo Sáez et al., 2022), el estudio sobre el impacto de la enseñanza de idiomas en algunas empresas francesas desde una perspectiva de Recursos Humanos parece que se convierte en una necesidad acuciante, de manera especial si tenemos en cuenta que estamos en contacto con más hablantes de otras lenguas respecto al pasado (Trujillo Sáez et al., 2022). La elección de este tema se ha basado, por tanto, en tres motivos fundamentales: personal, académico y laboral.

A nivel *personal*, este trabajo se enmarca en la intersección de mis dos grandes ámbitos de interés: los idiomas y los recursos humanos. El mundo de los idiomas siempre me ha interesado: soy filóloga y he estudiado francés con mucha pasión durante más de nueve años. Como considero que el aprendizaje de idiomas es un proceso que no se puede dejar atrás, he retomado el estudio de la lengua francesa para mejorar mi nivel. Creo que la formación continua a lo largo de la vida es un pilar clave para mejorar las competencias de cada trabajador, de cada persona, y, como bien afirma Salas Vallina las prácticas de formación potencian la innovación (Salas Vallina, 2022). Por tanto, este trabajo se encuadra también en el área de lo que, dentro del ámbito de los Recursos Humanos, denominamos “Formación y Desarrollo”. No solamente a nivel profesional, sino también personal, tanto la formación como el desarrollo son muy importantes, ya que permiten adquirir o mejorar competencias útiles también en varios aspectos de la vida privada. Reciclarse ayuda a estar al paso con el tiempo que cambia rápido y al ritmo de una revolución digital. Hoy en día es entonces indispensable actualizarse y estar a la vanguardia de los medios posibles de aprendizaje y crecimiento ante todo como personas.

Por lo que se refiere a las motivaciones *académicas*, estoy finalizando el máster en Dirección y Gestión de los Recursos Humanos y, en la asignatura Transformaciones del Trabajo de dicho máster, realicé un trabajo titulado: *Las nuevas tecnologías y la enseñanza de idiomas. El papel de los departamentos de Recursos Humanos para fomentar las actividades lingüísticas*. También en la asignatura Entorno Global de Negocios profundicé el tema de la *Formación Digital en Idiomas*. Trabajando en estas dos actividades me surgió la idea de estudiar cómo los departamentos de Recursos Humanos tienen en cuenta la enseñanza de idiomas como instrumento para mejorar las competencias de sus trabajadores. Éste es un tema actual, a la luz de la búsqueda sobre su relevancia, que ha ido evolucionando a lo largo de los últimos años. A raíz de la globalización y una siempre creciente importancia de la comunicación internacional, muchas empresas están reconociendo el valor de invertir en la formación de idiomas para sus empleados. Al mismo tiempo, estos factores han suscitado el interés de la comunidad investigadora para estudiar su alcance y efectos. El estudio de los idiomas representa una sólida área de investigación en todo el mundo, así como en varias disciplinas, en particular en las ciencias cognitivas, en Estados Unidos, en Bélgica, Brasil, Canadá, China, Luxemburgo, Italia,

Rusia, Arabia Saudí, Sudáfrica, Suiza, Taiwán, Países Bajos, Portugal y Reino Unido (Fox et al., 2019). Mi investigación viene a cubrir entonces un área de conocimiento en evolución y que incluye también las nuevas tecnologías en las que se apoya dicha enseñanza. Considero por ello que en el futuro este proyecto podrá ayudar a algunos profesionales de Recursos Humanos a fomentar actividades lingüísticas siempre más eficaces, dando solución a las necesidades de su plantilla y abriéndose con inteligencia a un mundo cada vez más multicultural y multi lingüístico. Asimismo, se podrían aportar modificaciones a las maneras de dar los cursos de idiomas, promoviendo unas actividades más que otras o involucrando unas herramientas cada vez más tecnológicas, sin olvidar nunca la parte humana que tiene que caracterizar este tipo de aprendizaje. Asimismo, no se debe olvidar que aprender idiomas aporta grandes beneficios tanto a los individuos como a la sociedad (Fox et al., 2019).

En cuanto a motivación *laboral*, trabajo como profesora autónoma de italiano y español en línea. Como la mayoría de mis clientes son francófonos, de Francia, y entre ellos hay profesionales de varios sectores y de organizaciones y empresas internacionales, considero que es interesante investigar uno de los países francófonos acotando el área de investigación a Francia. Me motiva mucho el hecho de que esta investigación hoy en día me aporta tanto a nivel personal como académico y, dentro de un tiempo también espero profesionalmente a mí y a todos los que estén interesados en ello. Según Claude Truchot, los efectos de la internacionalización en las prácticas lingüísticas de las empresas francesas han sido poco estudiados (Truchot, 2016), por ello, las competencias y habilidades adquiridas para la realización de este trabajo final de máster me serán de gran ayuda también para mis proyectos profesionales futuros ya que tengo la intención de seguir trabajando con clientes franceses y empresas siempre más innovadoras.

Además, considero que todavía hay mucho que investigar y aportar a los trabajadores y, por consiguiente, a las empresas y a la sociedad. En algunos casos, parece haber lagunas de conocimiento por lo que concierne a la formación lingüística en empresas y me gustaría poder colaborar con aquellas organizaciones que apuestan por el aprendizaje continuo a lo largo de la vida adulta y, asimismo, convencer a las que aún no han invertido en eso para destacar todas las ventajas que la formación de idiomas aporta a nivel de rendimiento académico, mayor empleabilidad, beneficios cognitivos, creatividad potenciada, retrasos en la aparición tanto de demencia como de retrasos cognitivos y adquisición de competencia comunicativa, entre otras (Fox et al., 2019).

Asimismo, comunicarse de modo más eficaz con los demás mejora las relaciones interpersonales. A este propósito, como bien afirman Chen et al. (2021: 205) el hecho de personalizar el aprendizaje de idiomas de cada estudiante consigue optimizar el ritmo, los objetivos y el contenido de acuerdo con sus necesidades e intereses individuales. De hecho, como el lenguaje es tan poderoso, no hay que olvidar que las palabras ejercen un poder sobre nuestro cerebro, están conectadas a recuerdos, emociones e ideas, también influyen en cómo funciona nuestro cuerpo (Boroditsky, 2021). En el mundo existen alrededor de 7000 lenguas que influyen en el sistema visual, cada lengua estructura de manera diferente los colores, por

ejemplo, modifica cómo concebimos el espacio y el tiempo. Cada lengua ofrece entonces una manera diferente de ver el mundo, son entes vivos imperfectos que están en constante evolución para que se adapten a nuestras necesidades (Boroditsky, 2021).

De acuerdo con Truchot, una de las herramientas para gestionar los problemas lingüísticos es la formación lingüística. Las pruebas aportadas demuestran que la importancia que se les concede varía mucho de una empresa a otra, incluso en las grandes empresas y en los grandes grupos (Truchot, 2016).

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Contexto y estado del arte

Según Lera Boroditsky, a la hora de aprender una segunda lengua el cerebro humano va cambiando adaptándose a las experiencias vividas: con un sistema nuevo se modifica la manera de ver el mundo y da posibilidad de escuchar, leer otra literatura, entablar conversaciones, se abre un mundo nuevo de experiencias y de comportamientos (Boroditsky, 2021).

Con respecto al rendimiento académico, el aprendizaje de idiomas y/o el bilingüismo en los estudiantes tiene impacto en la lectura, la alfabetización, las habilidades de comprensión en artes del lenguaje, las matemáticas, la escritura y las ciencias. Además, Aldosari & Alsultan (2017) confirman un mejor rendimiento académico como resultado del estudio de idiomas también apuntando a los efectos académicos positivos derivados de la educación bilingüe temprana y a la participación sostenida en programas de inmersión lingüística (Padilla et al., 2013).

En cuanto a competencia de idiomas para poder desempeñar correctamente sus funciones en el lugar de trabajo existen varios estudios que analizan las necesidades que tienen los trabajadores. En su estudio teórico-conceptual Al Gammal et al. (2020) ha resumido los principales requisitos de distintos países en cuanto al aprendizaje de idiomas y ha provisto de un conjunto de sugerencias de buenas prácticas para la integración lingüística, en el país de acogida, de los trabajadores procedentes del extranjero. Se proponen, por ejemplo, soluciones para obligar a los trabajadores migrantes a hacer *e-training* y requerir resultados en tiempos determinados; crear unas aplicaciones para fomentar el aprendizaje; las empresas tendrían que forzar a los trabajadores a dedicar parte de su tiempo libre a aprender el idioma del país que los hospeda.

De modo similar, Delgadová, E., & Gullerová, M. (2015), han realizado un estudio de tipo cualitativo mediante entrevistas en las que han identificado géneros y competencias en lenguas extranjeras requeridas y utilizadas por el personal directivo en situaciones laborales cotidianas en el nivel C1. De hecho, esta investigación pretende contribuir a la comprensión de los descriptores de nivel C1 del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER) y ayudar a las empresas a identificar sus necesidades en cuanto a competencia en lenguas extranjeras se refiere para los cargos directivos. En esta investigación, se ha constatado la necesidad concreta de las empresas de proveer cursos de idiomas para profundizar en el conocimiento de lenguas extranjeras en distintos aspectos profesionales concluyendo que el personal directivo considera de gran importancia para sus situaciones comerciales cotidianas las siguientes habilidades en idiomas extranjeros: expresar puntos de vista, positivos y negativos, también de manera concisa durante las presentaciones, capacidad de utilizar un registro adecuado a la hora de dirigirse a su audiencia (presentación de proyectos y productos), habilidad para evitar cometer errores que podrían dificultar las negociaciones con los socios comerciales

y finalmente habilidad para leer y comprender la terminología específica de los proyectos internacionales.

Ibache (2019) ha analizado el alcance del uso de apps para aprender idiomas por parte de los trabajadores de las bibliotecas de EEUU y su satisfacción en cuanto a su utilidad para mejorar las competencias requeridas en las tareas relacionadas con la biblioteca. Se concluye que un número significativo de empleados de las bibliotecas usan un idioma extranjero en el trabajo, y que estos requieren sobre todo lectura y escritura. La satisfacción de los empleados muestra que las apps son una buena herramienta para aprender idiomas, pero de forma básica ya que no consiguen cubrir todas las necesidades de los profesionales.

En su estudio empírico, Vaittinen, J. (2014) ha analizado cómo la competencia en varias lenguas extranjeras se utiliza en el sector de las tecnologías y la actitud de los trabajadores en cuanto al estudio de idiomas, haciendo un estudio cualitativo de la motivación de trabajadores del sector técnico para el aprendizaje de idiomas y sus efectos como facilitador de su carrera profesional.

De hecho, a largo plazo, las habilidades en varios idiomas aportan valor en cuanto a los objetivos profesionales de los hablantes (Millar, 2017), abriendo la puerta a más oportunidades de trabajo, también a nivel internacional, en el comercio y en la diplomacia internacional (Makumane, Ngcobo, 2018). Con su investigación, Beadle, Humburg, Smith, y Vale (2016) destacan el valor de las habilidades orales en un idioma extranjero para poder conversar con los nativos en el lugar de trabajo. Asimismo, confirman que las habilidades en idiomas extranjeros mejoran las oportunidades de carrera y que, la mayoría de los empleadores consideran que las habilidades lingüísticas ayudan a construir relaciones efectivas con los clientes, brindando posibilidades ventajosas de crecimiento de la empresa en el comercio internacional, sirviendo también como intermediarios culturales y lingüísticos (Fox et al., 2019).

Tenzer et al. (2017) realizaron un estudio sistemático de la literatura sobre la investigación en la enseñanza y competencia de idiomas en el entorno profesional en el marco de los negocios internacionales. En su trabajo se destaca que este campo de investigación está todavía lejos de alcanzar una comprensión holística del papel multidimensional del lenguaje en los negocios, y siguen existiendo lagunas (Tenzer et al., 2017). Asimismo, se han reconocido limitaciones, de las que cabe destacar que en este ámbito los estudios que son ligeramente superiores en cuanto a cantidad se refiere son los de carácter cualitativo. Esta área de investigación se beneficiaría, por tanto, de estudios que cubran y combinen otras aproximaciones, tales como estudios multi método (EMM) en los que se combinan aproximaciones cualitativas, cuantitativas y experimentales (Tenzer et al., 2017; Bolívar, 2008), como los juegos experimentales, por ejemplo el juego del dilema del prisionero. Estos últimos nos permiten medir el comportamiento real en lugar de basarnos en encuestas o entrevistas, lo que a su vez reduce los efectos de la deseabilidad social y la autopresentación (Tenzer et al., 2017). Asimismo, se recalca que habría que tratar el complejo concepto de lenguaje revisando un mayor número de publicaciones de estudios de comunicación, sociolingüística y también psicolingüística para profundizarlo mayormente de manera interdisciplinaria, transdisciplinaria y

holística, y al mismo tiempo mostrar una gama más amplia de métodos para capturarlo de manera empírica.

A este propósito, según Fox et al. (2019), la investigación realizada y publicada en esta área se extiende mucho más allá del enfoque lingüístico llegando a la neuropsicología, la psicología, la psicología educativa y experimental y a la investigación cognitiva sobre el envejecimiento. En los últimos años el número de estudios en las habilidades cognitivas ha aumentado dramáticamente respaldando las muchas ventajas cognitivas de estudiar otro idioma o ser bilingüe o multilingüe. Estos resultados pueden atribuirse a varios factores como, por ejemplo, una mayor capacidad de investigación debido a los avances tecnológicos en la investigación del cerebro; un mayor poder de investigación apoyado por la tecnología computacional y los nuevos motores de búsqueda; un mayor interés y acceso a la investigación internacional en múltiples campos; un interés concertado en los beneficios del aprendizaje de idiomas entre los científicos e investigadores a nivel mundial (Fox et al., 2019).

Son relevantes los estudios sobre el hecho de que hablar varios idiomas mejora las habilidades cognitivas, sugiriendo que esta costumbre de por vida puede actuar como un poderoso proxy de reserva cognitiva en la demencia, ejerciendo efectos neuro protectores contra la neurodegeneración (Bak et al., 2014; Woumans, Ceuleers, Van der Linden, Szmalec y Duyck, 2015), de hecho, el bilingüismo parece posponer los síntomas del Alzheimer (Woumans, Santens, Sieben, Versijpt, Stevens y Duyck, 2015).

En un enfoque de apoyo al envejecimiento positivo y saludable de nuestros mayores, en las sociedades modernas estimular la memoria e intentar retrasar la aparición de la demencia tiene que ser una prioridad (Brouwer et al., 2020). Por ello, habría que financiar programas de apoyo a la enseñanza de idiomas, en particular para las personas de la tercera edad (Fox et al., 2019).

De acuerdo con Cox (2017), las investigaciones confirman los beneficios del estudio de idiomas por parte de las personas mayores y destacan la importancia de financiar programas, no solo para los más jóvenes, sino también a lo largo de toda la vida. Otros estudios revelan beneficios similares por lo que concierne una salud mejorada de ciudadanos bilingües o multilingües atribuida en parte a su sólido estado cognitivo (Fox et al., 2019). Según Fürst & Grin (2018) existe una relación entre el multilingüismo, la creatividad mejorada, así como las habilidades de pensamiento divergente (Ghonsooly & Showqi, 2012).

El aprendizaje de idiomas en clases grupales también puede tener beneficios sociales y psicológicos a la vez, ya que hablando otras lenguas nos acercamos a otras culturas, podemos mejorar las habilidades auditivas, comunicativas y entrenar la concentración y la memoria, establecemos y aumentamos las relaciones sociales dificultando el aislamiento que caracteriza, por ejemplo, la depresión (Brouwer et al., 2020; Takagaki et al., 2018).

Finalmente, cabe destacar que las lenguas también tienen una importancia económica. La lengua es un componente esencial tanto del capital humano como social de una comunidad y se estima que el 15% del producto interior bruto de una nación está, directamente o indirectamente, vinculado a la lengua. Los economistas han distinguido al menos tres funciones _____

económicas de la lengua: la lengua como mercado que está en relación con la enseñanza del idioma y los servicios lingüísticos; como soporte de la comunicación y de la creación; y como idioma para el comercio que facilita las inversiones internacionales. Este último factor reduce los costes de transacción (la formación, la información y la negociación) y acorta la distancia psicológica entre los agentes económicos (Instituto Cervantes, 2022).

2.2 Objetivos

Definimos a continuación los objetivos, las preguntas de investigación, las hipótesis y la metodología para esta investigación.

Tabla 1. Objetivo principal, pregunta de investigación, hipótesis y metodología

OBJETIVO	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
Estudiar cómo los departamentos de RRHH de las empresas francesas tienen en cuenta la enseñanza de idiomas como instrumento para mejorar las competencias de sus trabajadores.	¿Tienen los departamentos de RRHH de las empresas francesas en cuenta la enseñanza de idiomas como instrumento para mejorar las competencias de sus trabajadores?	Sí, algunos departamentos de RRHH de las empresas francesas tienen en cuenta la enseñanza de idiomas como instrumento para mejorar las competencias de sus trabajadores, sobre todo las que abarcan o desean abarcar un mercado internacional (Truchot, 2013). Otras empresas la tienen poco en cuenta.	Cuantitativa (encuesta autoadministrada a 130 profesionales de los departamentos de RRHH, de los cuales 52 imparten cursos de idiomas a sus trabajadores)

Fuente: elaboración propia

Dicho objetivo principal ha sido decompuesto en distintos subobjetivos, con sus correspondientes preguntas de investigación e hipótesis, tal como se detalla en la tabla 2

Tabla 2. Subobjetivos, preguntas de investigación e hipótesis

SUBOBJETIVOS	SUBPREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	SUBHIPÓTESIS
<p>Subobjetivo1.</p> <p>Identificar y analizar qué porcentaje de organizaciones ofrecen a sus trabajadores cursos de idiomas.</p>	<p>Subpregunta1.</p> <p>¿Cuál es el porcentaje de organizaciones que ofrecen a sus empleados cursos de idiomas?</p>	<p>Subhipótesis1.</p> <p>El porcentaje de organizaciones que ofrecen a sus empleados cursos de idiomas es más alto para las que trabajan o quieren trabajar con otros países.</p>
<p>Subobjetivo1.1.</p> <p>De las organizaciones que ofrecen dichos cursos, conocer cuáles son los idiomas que más se requieren</p>	<p>Subpregunta1.1.</p> <p>De las organizaciones que ofrecen dichos cursos ¿cuáles son los idiomas que más se requieren?</p>	<p>Subhipótesis1.1.</p> <p>El idioma que más se requiere es el inglés, aunque depende de las necesidades de la empresa.</p>
<p>Subobjetivo1.2.</p> <p>Conocer a quiénes van dirigidos los cursos de idiomas (todos los empleados, unos departamentos en particular, cargos directivos, etc.)</p>	<p>Subpregunta1.2.</p> <p>¿A quiénes van dirigidos los cursos de idiomas (todos los empleados, unos departamentos en particular, cargos directivos, etc.)?</p>	<p>Subhipótesis1.2.</p> <p>Hay empresas que solo ofrecen los cursos a una parte de su plantilla. En cambio, hay otras que consideran que la formación va dirigida a todos sus trabajadores, sin excepción.</p>
<p>Subobjetivo2.</p> <p>Qué porcentaje de clases son presenciales, en línea o blended learning</p>	<p>Subpregunta2.</p> <p>¿Cuál es el porcentaje de clases presenciales, en línea o blended learning?</p>	<p>Subhipótesis2.</p> <p>Hay empresas que prefieren que las clases sean in-company, otras que las realizan en línea o blended learning.</p>

<p>Subobjetivo2.1.</p> <p>De las clases presenciales, qué porcentaje son in-company o se realizan fuera del espacio de trabajo habitual.</p>	<p>Subpregunta2.1.</p> <p>De las clases presenciales ¿cuáles son in-company y cuáles se realizan fuera del espacio de trabajo habitual?</p>	<p>Subhipótesis2.1.</p> <p>La mayoría de las empresas prefiere que las clases presenciales sean in-company.</p>
<p>Subobjetivo2.2.</p> <p>Conocer qué recursos tecnológicos se emplean para apoyar los cursos de idiomas en las organizaciones</p>	<p>Subpregunta2.2.</p> <p>¿Qué recursos tecnológicos se emplean para apoyar los cursos de idiomas en las organizaciones?</p>	<p>Subhipótesis2.2.</p> <p>Hay discrepancias, ya que algunas apuestan por herramientas más tecnológicas (libros digitales, programas para videoconferencia, Moodle, etc.) y otras más tradicionales, aunque la pandemia debida por el covid-19 ha tenido un impacto fuerte en la metodología de la enseñanza de idiomas.</p>
<p>Subobjetivo3.</p> <p>Identificar el papel de los departamentos de Recursos Humanos en la selección y aplicación de la enseñanza de idiomas en las organizaciones</p>	<p>Subpregunta3.</p> <p>¿Cuál es el papel de los departamentos de Recursos Humanos en la selección y aplicación de la enseñanza de idiomas en las organizaciones?</p>	<p>Subhipótesis3.</p> <p>El papel de los departamentos de Recursos Humanos en la selección y aplicación de la enseñanza de idiomas en las organizaciones es fundamental para la gestión estratégica del capital humano.</p>

<p>Subobjetivo3.1.</p> <p>Conocer qué criterios aplican los departamentos de RRHH para seleccionar los idiomas a impartir y las academias o a los profesores para que se realicen los cursos</p>	<p>Subpregunta3.1.</p> <p>¿Qué criterios aplican los departamentos de RRHH para seleccionar los idiomas a impartir y las academias o a los profesores para que se realicen los cursos?</p>	<p>Subhipótesis3.1.</p> <p>Los criterios que aplican dependen del objetivo por el que les sirve aprender el idioma. Muchas veces seleccionan a las academias o a los profesores en base a las necesidades de la empresa o por solicitud explícita de los trabajadores.</p>
<p>Subobjetivo3.2.</p> <p>Conocer qué porcentaje de organizaciones cuentan con profesores dentro de la misma empresa para la enseñanza de idiomas y cuántas externalizan el servicio de enseñanza a empresa externa.</p>	<p>Subpregunta3.2.</p> <p>¿Cuál es el porcentaje de organizaciones que cuentan con profesores dentro de la misma empresa para la enseñanza de idiomas y cuántas externalizan el servicio de enseñanza a empresa externa?</p>	<p>Subhipótesis3.2.</p> <p>La mayoría de las organizaciones externalizan el servicio de enseñanza de idiomas.</p>
<p>Subobjetivo4.</p> <p>Conocer cuál es el impacto y el alcance que tiene la enseñanza de idiomas en las organizaciones</p>	<p>Subpregunta4.</p> <p>¿Cuál es el impacto y el alcance que tiene la enseñanza de idiomas en las organizaciones?</p>	<p>Subhipótesis4.</p> <p>El impacto en la mayoría de los casos no es fuerte, sobre todo si no se ponen en práctica los conocimientos adquiridos. La enseñanza de idiomas en algunas organizaciones internacionales tiene un alto alcance y en otras habría que fomentarla mucho más.</p>

<p>Subobjetivo4.1.</p> <p>Identificar el grado de satisfacción de los empleados con sus clases de idiomas</p>	<p>Subpregunta4.1.</p> <p>¿Cuál es el grado de satisfacción de los empleados con sus clases de idiomas?</p>	<p>Subhipótesis4.1.</p> <p>El grado de satisfacción de los empleados con sus clases de idiomas es positiva</p>
<p>Subobjetivo4.2.</p> <p>Identificar cómo los gerentes ven el retorno de la inversión en cuanto a formación de idiomas se refiere</p>	<p>Subpregunta4.2.</p> <p>¿Cómo los gerentes ven el retorno de la inversión en cuanto a formación de idiomas se refiere?</p>	<p>Subhipótesis4.2.</p> <p>Los gerentes ven el retorno de la inversión con cierta satisfacción, pero ésta podría ser más eficiente</p>
<p>Subobjetivo5.</p> <p>Identificar cuál es la percepción sobre los principales beneficios del aprendizaje de idiomas en las empresas francesas</p>	<p>Subpregunta5.</p> <p>¿Cuál es la percepción sobre los principales beneficios del aprendizaje de idiomas en las empresas francesas?</p>	<p>Subhipótesis5.</p> <p>Los principales beneficios del aprendizaje de idiomas en las empresas francesas son el desarrollo de una mayor apertura mental, tener más éxito en el trabajo y avances en la carrera a nivel internacional.</p>

Fuente: elaboración propia

3. METODOLOGÍA

Una vez definidos los objetivos y sus subobjetivos correspondientes, seguidos por las preguntas de investigación y las hipótesis a contrastar, se ha definido la metodología a utilizar para conseguir los objetivos del trabajo. De acuerdo con Martínez Melo, Rodríguez Gómez y Valdeoriola Roquet existen diferentes técnicas asociadas a la metodología de investigación de tipo cuantitativo, como experimentos, tests y encuestas, y cualitativo tales como la observación participante, la entrevista y el análisis de textos y documentación (Martínez Melo, 2023; Rodríguez Gómez & Valdeoriola Roquet, 2009).

Por lo que atañe propiamente la investigación educativa y la didáctica de lenguas, la aproximación cuantitativa ha sido dominante en el ámbito de la adquisición de segundas lenguas

(Centro Virtual Cervantes, 2023; Fox et al., 2019). Según Wen & Wang, la investigación sobre la enseñanza de lenguas extranjeras es inseparable de la investigación empírica, y la investigación cuantitativa es inseparable de la investigación empírica, por lo que el método de investigación cuantitativa ha venido desempeñando un rol principal en la investigación en lingüística aplicada (Wen & Wang, 2004). Asimismo, cabe destacar que el método estadístico cuantitativo es una herramienta importante también para que los profesores de lenguas extranjeras muestren sus habilidades en la investigación de segundas lenguas (Huang, 2020). Para realizar esta investigación sobre el impacto de la enseñanza de idiomas en una muestra de empresas francesas desde una perspectiva de Recursos Humanos se ha utilizado un análisis cuantitativo (encuesta online, anónima y confidencial, autoadministrada a 130 profesionales de los departamentos de RRHH, de los cuales 52 trabajan en empresas que ofrecen formación lingüística a sus trabajadores. Véase *anexo 2*. para más detalles).

3.1 Metodología cuantitativa

- Muestra final efectiva: 130 de los cuales 52 son profesionales a los que sus empresas ofrecen una formación lingüística
- Fechas del trabajo de campo: 29/03/2023 – 19/04/2023

Para recoger los datos se ha utilizado una metodología cuantitativa (cuestionario en francés anónimo, autoadministrado y cargado en la aplicación web Google Forms conectada al perfil de la UOC con un total de 33 preguntas). Destacamos que la encuesta se dirigía a los profesionales de los departamentos de Recursos Humanos de una muestra de empresas francesas activas en Francia. Por ello, se ha utilizado LinkedIn para invitar a profesionales de recursos humanos en Francia a responder nuestro cuestionario. Para ello, se ha procedido a buscar en el buscador de LinkedIn solamente “ressources humaines”, es decir recursos humanos en francés, y como ubicación Francia. Para evitar tener más riesgo de sesgo no se han aplicado otros filtros. En el apartado *Anexo 1*. se encontrará el mensaje que se ha enviado a los nuevos contactos. Una vez cerrada la encuesta, se han descargado los resultados en Microsoft Excel.

4. RESULTADOS

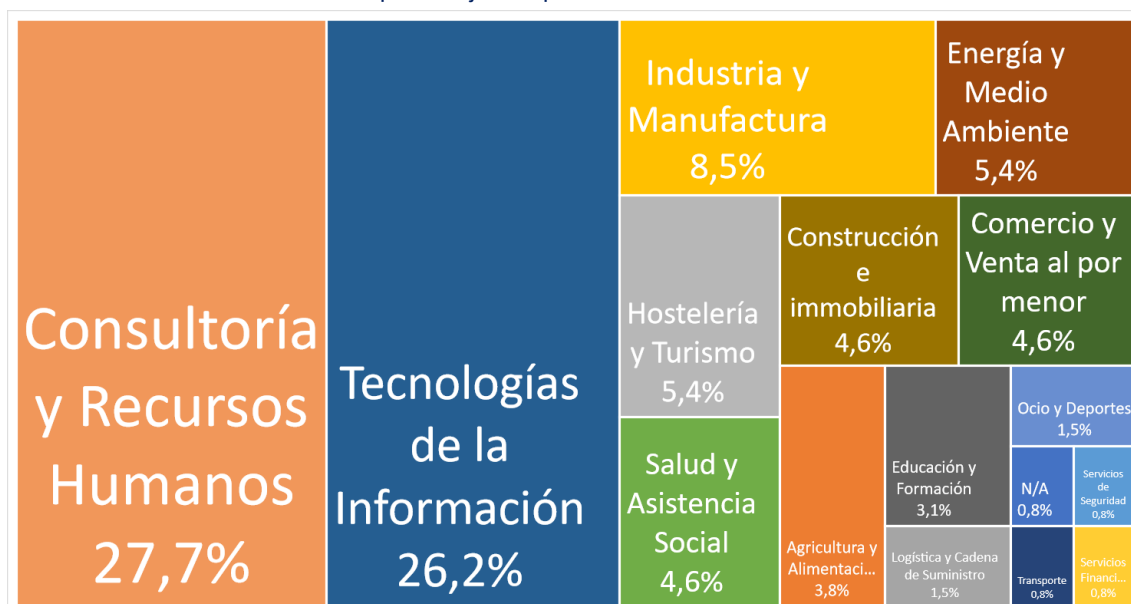
Durante la ejecución del cuestionario se obtuvieron un total de 130 respuestas. De estas, 52 encuestados contestaron afirmativamente que en la empresa en la que trabajan se daban clases idiomas, respondiendo al conjunto de preguntas específicas que responden a nuestras preguntas de investigación.

A través de los siguientes gráficos se presentan los resultados obtenidos de la encuesta y expresados en porcentajes.

4.1 Datos sociodemográficos

Como hemos escrito anteriormente hemos coleccionado 130 respuestas de distintos sectores en los que trabajan los profesionales de Recursos Humanos y este gráfico muestra que hemos entrevistado más gente que trabaja en el sector de consultoría y Recursos Humanos con el 27,7%, tecnologías de la información con el 26,2%, industria y manufactura con el 8,5%, hostelería y turismo 5,4%, tanto salud y asistencia social, comercio y venta al por menor como construcción e inmobiliaria 4,6%, agricultura y alimentación a 3,8%, educación y formación al 3,1%, logística y cadena de suministro y ocio y deportes 1,5%, servicios de seguridad, n/a, servicios financieros y transporte a 0,8%.

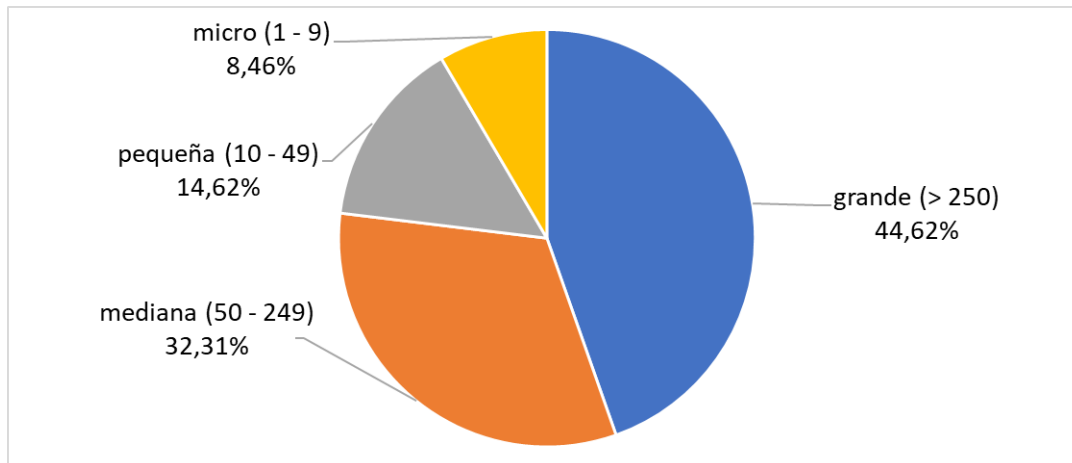
Gráfico 1. Sectores en los que trabajan los profesionales de Recursos Humanos contactados



Fuente: elaboración propia

En cuanto a tamaño de la empresa se refiere, casi la mitad de los profesionales que han respondido trabajan en empresas grandes, el 44,62%, el 32,31% en empresas medianas, el 14,62% en empresas pequeñas y el 8,46% en empresas micro.

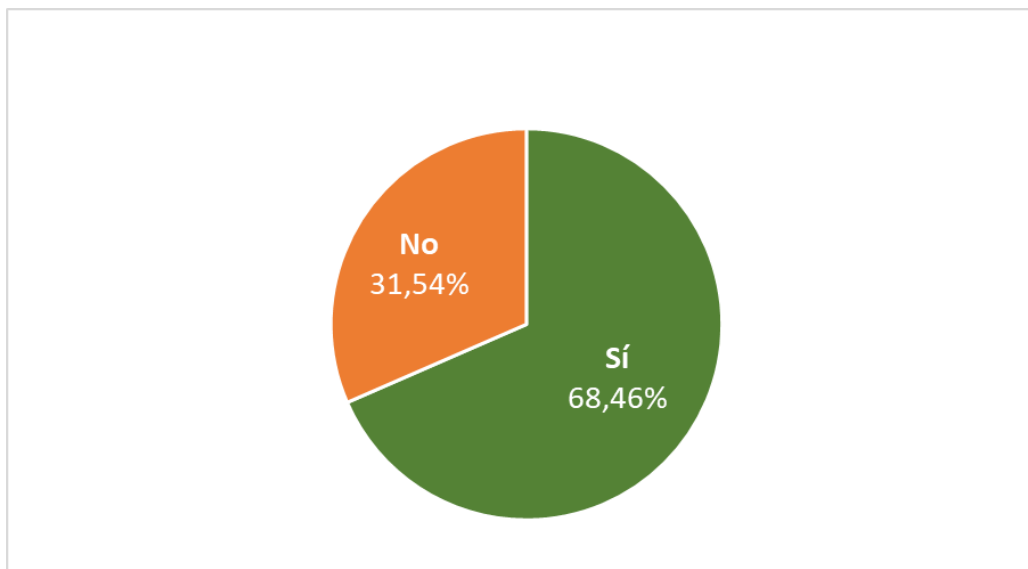
Gráfico 2. Tamaño de las empresas en las que trabajan los profesionales de Recursos Humanos



Fuente: elaboración propia

Por lo que concierne el porcentaje de empresas que comercian con países extranjeros, el 68,46% de los encuestados ha contestado afirmativamente, mientras el 31,54% ha respondido negativamente.

Gráfico 3. Porcentaje de empresas que comercian con países extranjeros



Fuente: elaboración propia

4.2 Datos referentes a las preguntas de investigación

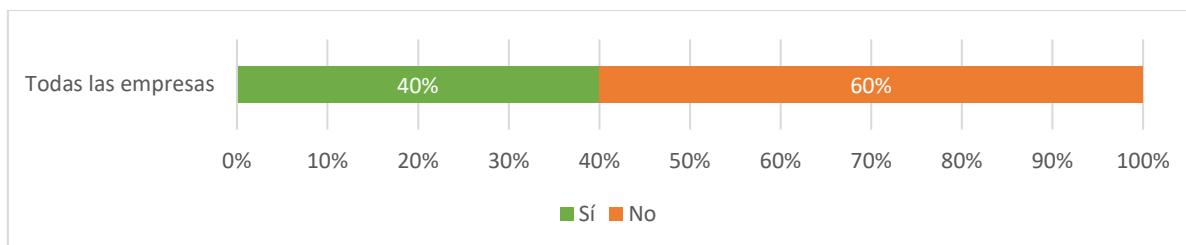
En esta sección se presentan los resultados de las preguntas del cuestionario que hacen referencia a nuestras subpreguntas de investigación.

P.1. ¿Cuál es el porcentaje de organizaciones que ofrecen a sus empleados cursos de idiomas?

Subhipótesis1: El porcentaje de organizaciones que ofrecen a sus empleados cursos de idiomas es más alto para las que trabajan o quieren trabajar con otros países.

En lo referente al porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus trabajadores, el 60% ofrece dicha formación y el 40% no.

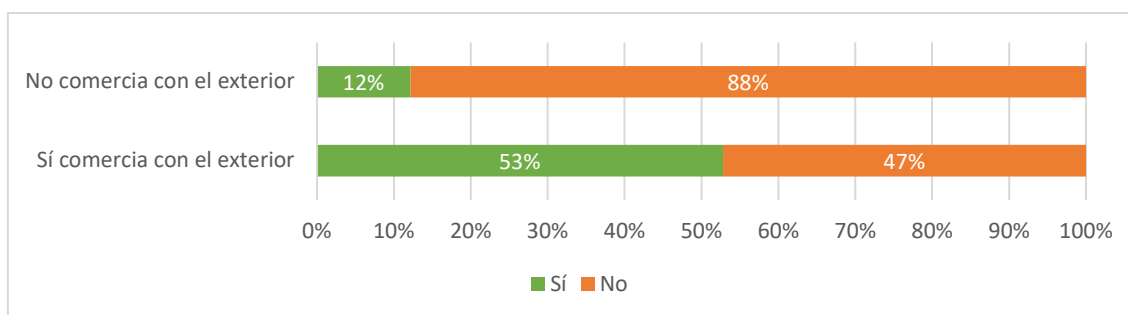
Gráfico 4. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados



Fuente: elaboración propia

Si analizamos las empresas en función de si comercian o no con el exterior, vemos que el 53% de las empresas que tienen relaciones comerciales con otros países ofrecen cursos de idiomas, mientras que las que no comercian con el exterior ofrecen cursos solo en el 12% de los casos.

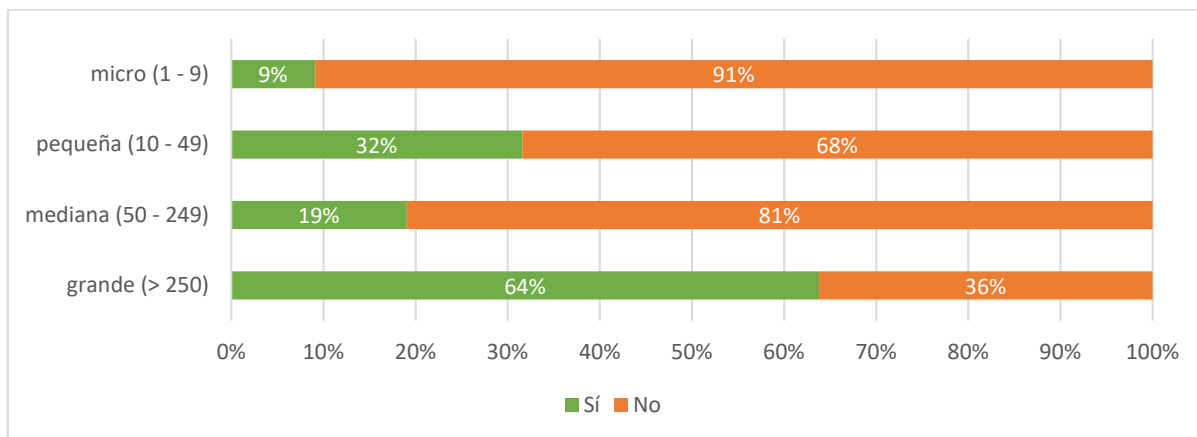
Gráfico 5. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados en función de si comercian o no con el exterior.



Fuente: elaboración propia

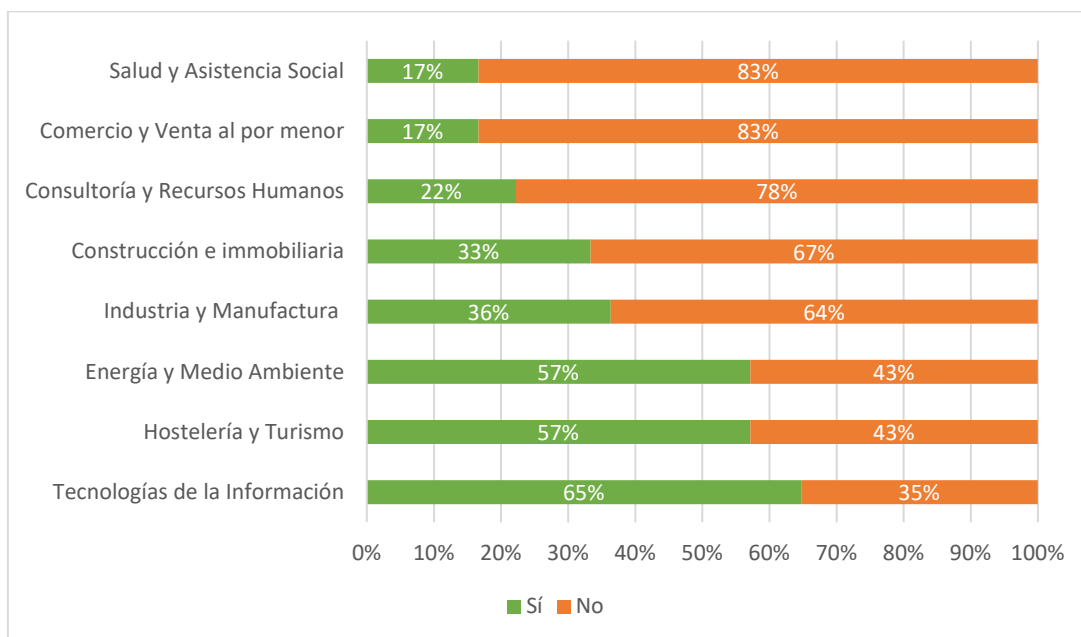
Si miramos el tamaño de la empresa se observa que las empresas grandes son las que más formación dan, con un 64%, seguidas por las pequeñas con 32%, las medianas con 19% y las micro con 9%.

Gráfico 6. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados en función del tamaño



Si miramos por sector, excluyendo del gráfico los sectores con menos de 5 respuestas, el que más requiere formación de idiomas es el sector tecnologías de la información, seguido de hostelería y turismo, energía y medio ambiente, industria y manufactura, construcción e inmobiliaria, consultoría y Recursos Humanos, comercio y venta al por menor y salud y asistencia social.

Gráfico 7. Porcentaje de empresas que ofrecen cursos de idiomas a sus empleados en función del sector



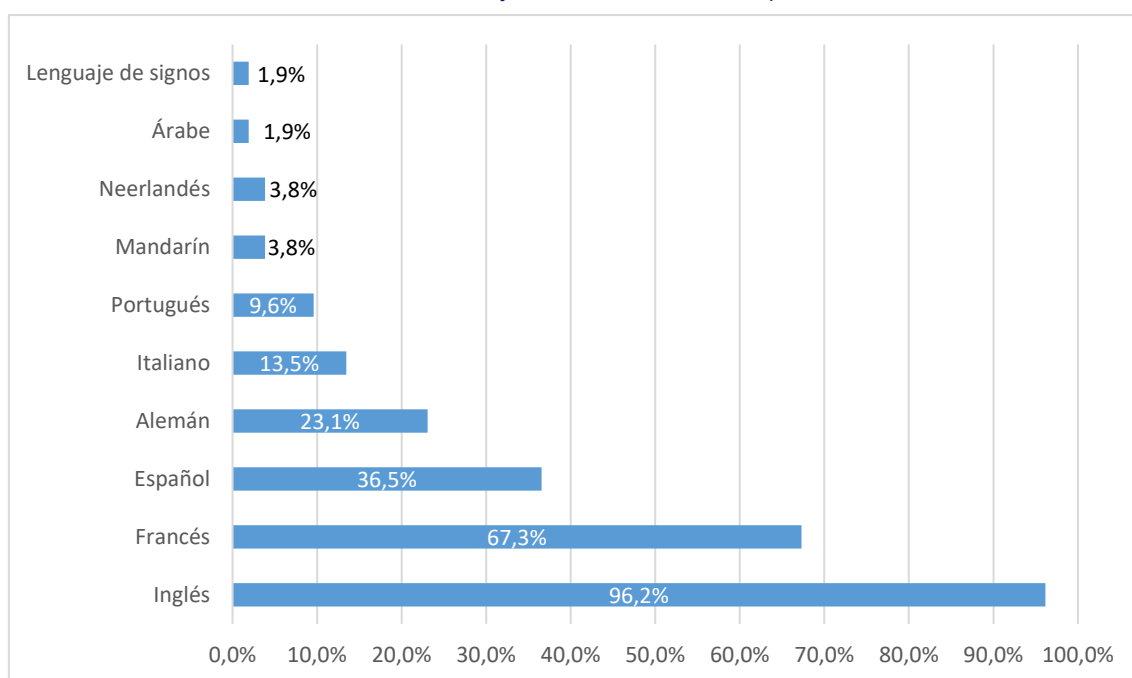
Resultado: se valida la hipótesis.

P. 1.1. De las organizaciones que ofrecen dichos cursos ¿cuáles son los idiomas que más se requieren? (Respuesta múltiple)

Subhipótesis1.1: El idioma que más se requiere es el inglés, aunque depende de las necesidades de la empresa.

Por lo que se refiere a los idiomas que más se requieren, el 96,2% estudia el inglés, el 67,3% el francés, el 36,5% el español, el 23,1% el alemán, 13,5% el italiano, el 9,6% el portugués, el 3,8% el mandarín y el neerlandés y el 1,9% el árabe y la lengua de signos.

Gráfico 8. Porcentaje de los idiomas más requeridos



Fuente: elaboración propia

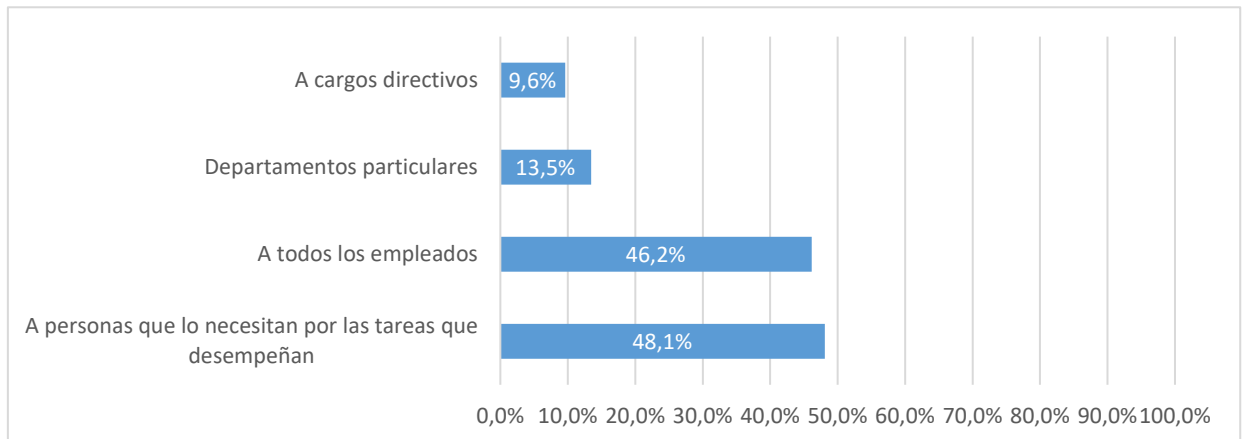
Resultado: se valida la hipótesis.

P. 1.2. ¿A quiénes van dirigidos (todos los empleados, unos departamentos en particular, cargos directivos, etc.)? (Respuesta múltiple)

Subhipótesis1.2: Hay empresas que solo ofrecen los cursos a una parte de su plantilla. En cambio, hay otras que consideran que la formación va dirigida a todos sus trabajadores, sin excepción.

El 48,1% de los encuestados son personas que necesitan aprender idiomas para llevar a cabo sus tareas, el 46,2% de los cursos están dirigidos a toda la plantilla, el 13,5% a unos departamentos en particular y el 9,6% a los cargos directivos.

Gráfico 9. Porcentaje de empleados, departamentos y cargos directivos que reciben formación lingüística



Fuente: elaboración propia

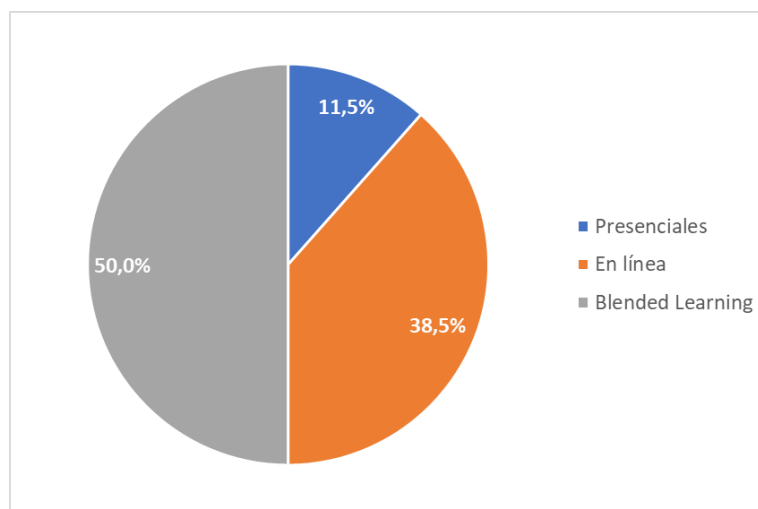
Resultado: se valida la hipótesis.

P. 2. ¿Cuál es el porcentaje de clases presenciales, en línea o blended learning?

Subhipótesis 2: Hay empresas que prefieren que las clases sean in-company, otras que las realizan en línea o blended learning.

El 50% de los cursos de idiomas son *blended learning*, el 38,5% en línea y el 11,5% son presenciales.

Gráfico 10. Porcentaje de cursos presenciales, en línea y *blended learning*



Fuente: elaboración propia

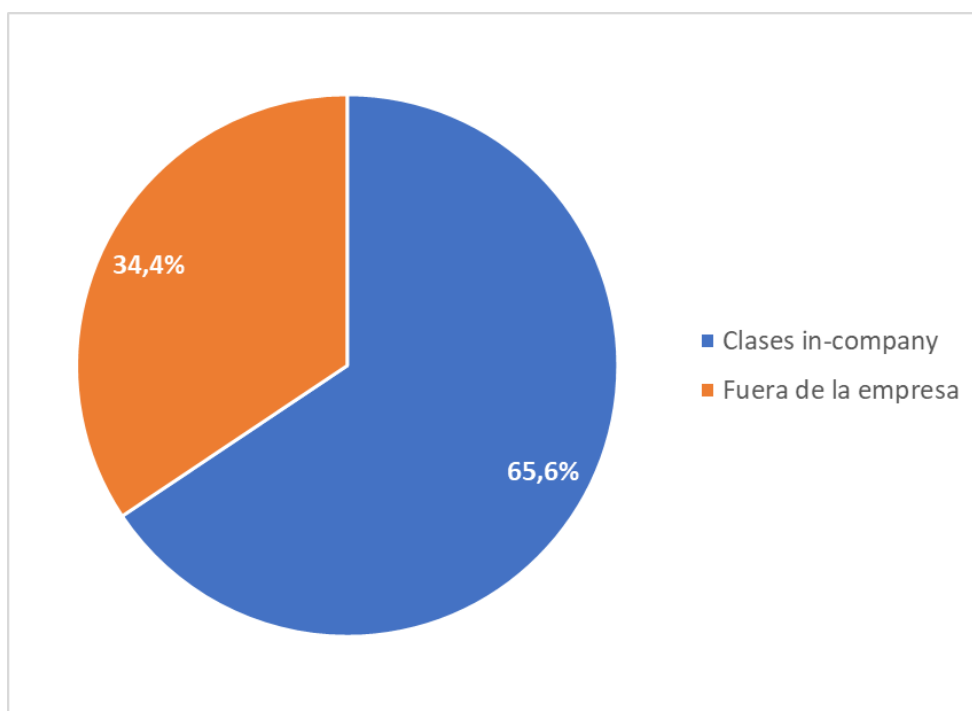
Resultado: se valida la hipótesis.

P. 2.1. De las clases presenciales ¿cuáles son in-company y cuáles se realizan fuera del espacio de trabajo habitual?

Subhipótesis 2.1: La mayoría de las empresas prefiere que las clases presenciales sean in-company.

El 65,6% de los cursos se imparten en empresa mientras el 34,4% se desarrollan fuera de la empresa.

Gráfico 11. Porcentaje de los cursos presenciales impartidos en empresa o fuera de la empresa



Fuente: elaboración propia

Resultado: se valida la hipótesis.

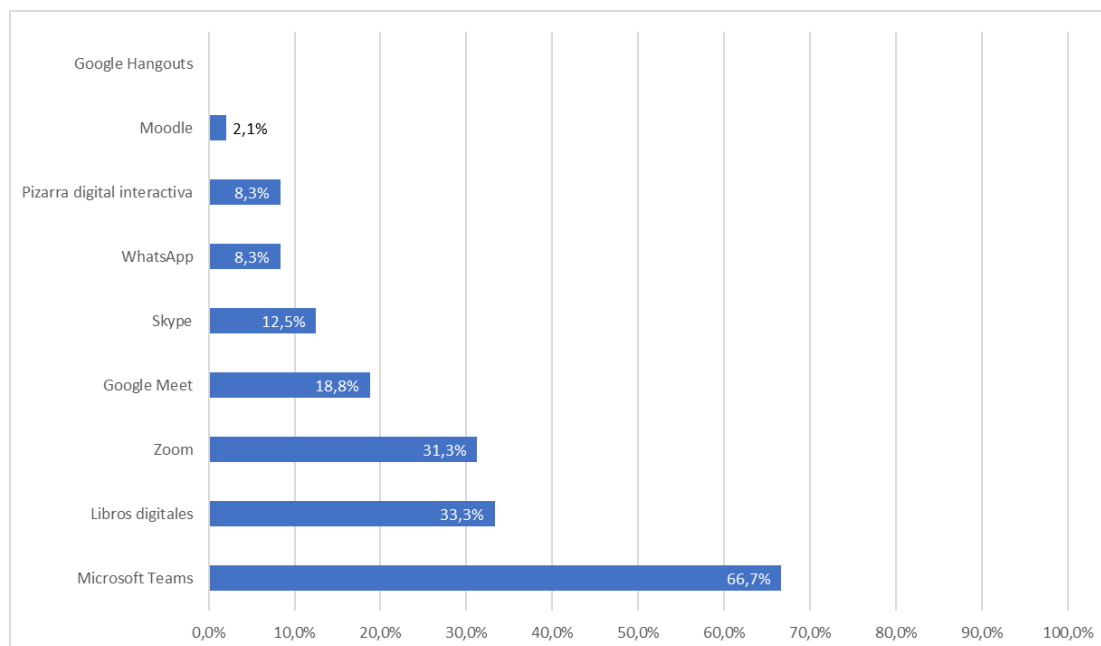
P.2.2 ¿Qué recursos tecnológicos se emplean para apoyar los cursos de idiomas en las organizaciones? (Respuesta múltiple)

Subhipótesis 2.2: Hay discrepancias, ya que algunas apuestan por herramientas más tecnológicas (libros digitales, programas para videoconferencia, Moodle, etc.) y otras más tradicionales, aunque la pandemia debida por el covid-19 ha tenido un impacto fuerte en la metodología de la enseñanza de idiomas.

En cuanto a recursos tecnológicos empleados para apoyar los cursos de formación lingüística en las empresas el 66,7% declara utilizar Microsoft Teams, el 33,3% los libros digitales y el 31,3% Zoom. Un porcentaje inferior de encuestados, el 18,8%, afirma usar Google Meet, seguido por

Skype con el 12,5%, WhatsApp y la pizarra digital interactiva con el 8,3%, Moodle con el 2,1%. En cambio, nadie ha declarado utilizar Google Hangouts.

Gráfico 12. Porcentaje de los recursos tecnológicos utilizados para los cursos de idiomas



Fuente: elaboración propia

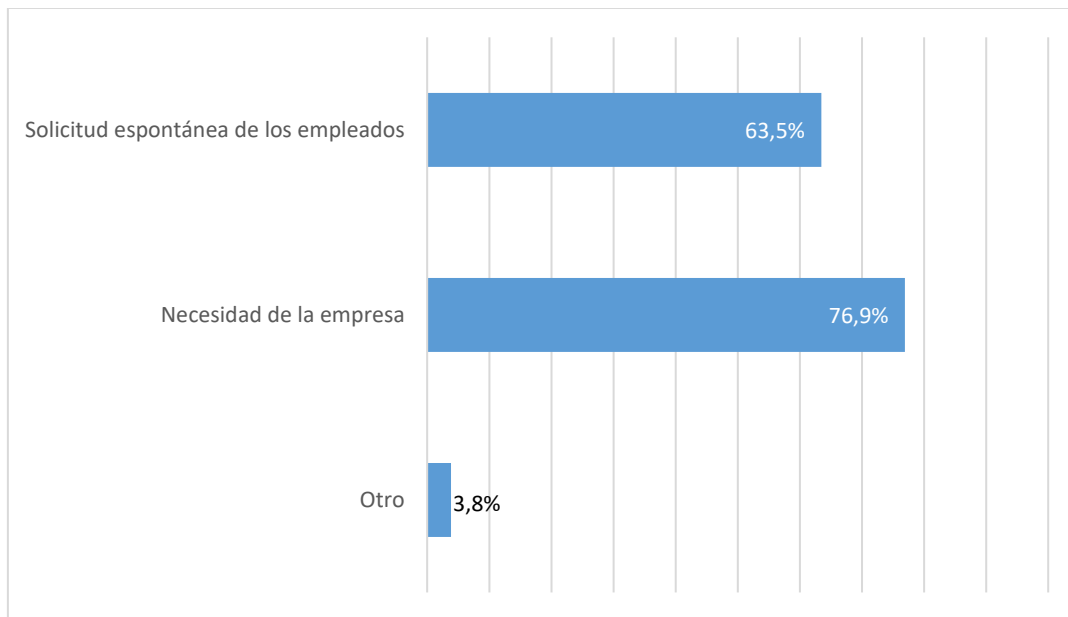
Resultado: Mayormente, se valida la hipótesis.

P.3.1 ¿Qué criterios aplican los departamentos de RRHH para seleccionar los idiomas a impartir y las academias o a los profesores para que se realicen los cursos? (Respuesta múltiple)

Subhipótesis 3.1: Los criterios que aplican dependen del objetivo por el que les sirve aprender el idioma. Muchas veces seleccionan a las academias o a los profesores en base a las necesidades de la empresa o por solicitud explícita de los trabajadores.

El 76,9% de los cursos de idiomas se realizan para cubrir necesidades de la empresa, el 63,5% se imparten por demanda espontánea de los trabajadores y el 3,8% por otras razones.

Gráfico 13. Porcentaje de los criterios utilizados por el departamento de RRHH para seleccionar los idiomas, las academias o a los profesores



Fuente: elaboración propia

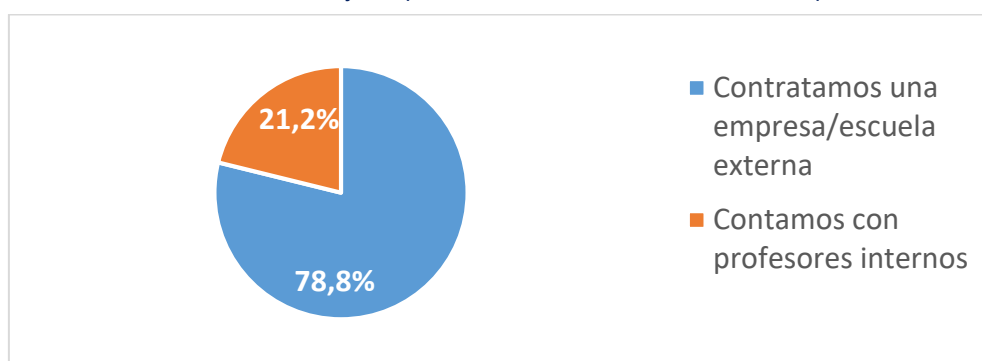
Resultado: Mayormente, se valida la hipótesis.

P.3.2. ¿Cuál es el porcentaje de organizaciones que cuentan con profesores dentro de la misma empresa para la enseñanza de idiomas y cuántas externalizan el servicio de enseñanza a empresa externa?

Subhipótesis 3.2: La mayoría de las organizaciones externalizan el servicio de enseñanza de idiomas.

El 78,8% de los encuestados contestaron que no tienen profesor interno en la empresa, mientras el 21,2% afirmó apoyarse a empresas / escuelas externas.

Gráfico 14. Porcentaje de profesores internos o externos a la empresa



Fuente: elaboración propia

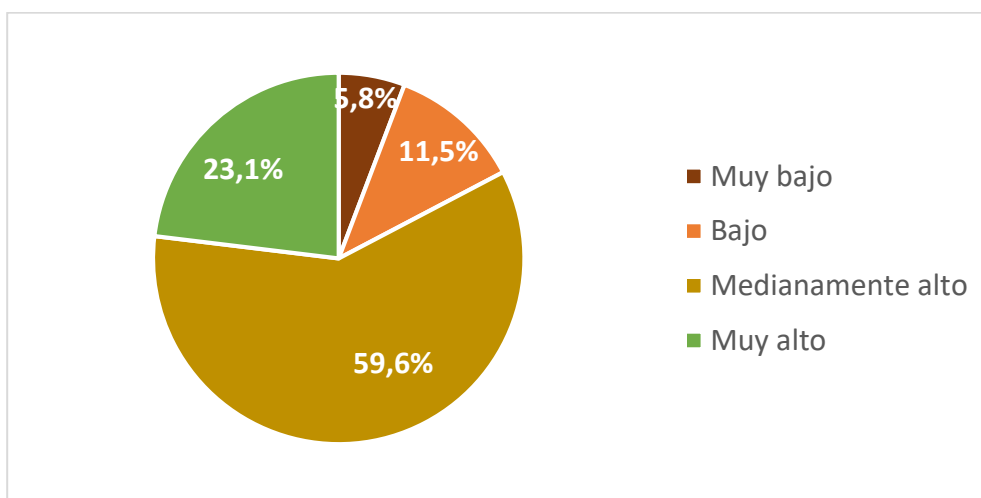
Resultado: se valida la hipótesis.

P.4. ¿Cuál es el impacto y el alcance que tiene la enseñanza de idiomas en las organizaciones?

Subhipótesis 4: El impacto en la mayoría de los casos no es fuerte, sobre todo si no se ponen en práctica los conocimientos adquiridos. La enseñanza de idiomas en algunas organizaciones internacionales tiene un alto alcance y en otras habría que fomentarla mucho más.

El 59,6% de los encuestados consideran el impacto y el alcance medianamente elevado, el 23,1% muy elevado, el 11,5% bajo y el 5,8% muy bajo.

Gráfico 15. Porcentaje del impacto y el alcance de la formación lingüística



Fuente: elaboración propia

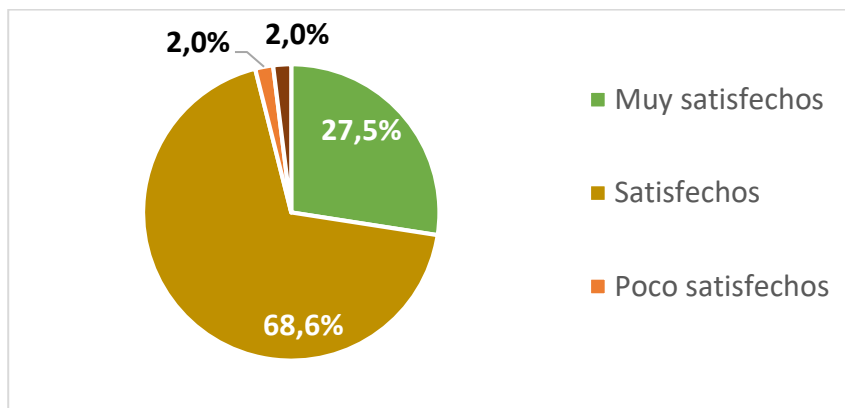
Resultado: NO se valida la hipótesis.

P.4.1. ¿Cuál es el grado de satisfacción de los empleados con sus clases de idiomas?

Subhipótesis 4.1: El grado de satisfacción de los empleados con sus clases de idiomas es positiva

El 68,6% de los encuestados se consideran satisfechos, el 27,5% muy satisfechos, el 2% poco satisfecho y el 2% para nada satisfecho.

Gráfico 16. Porcentaje del grado de satisfacción de los empleados sobre sus clases de idiomas



Fuente: elaboración propia

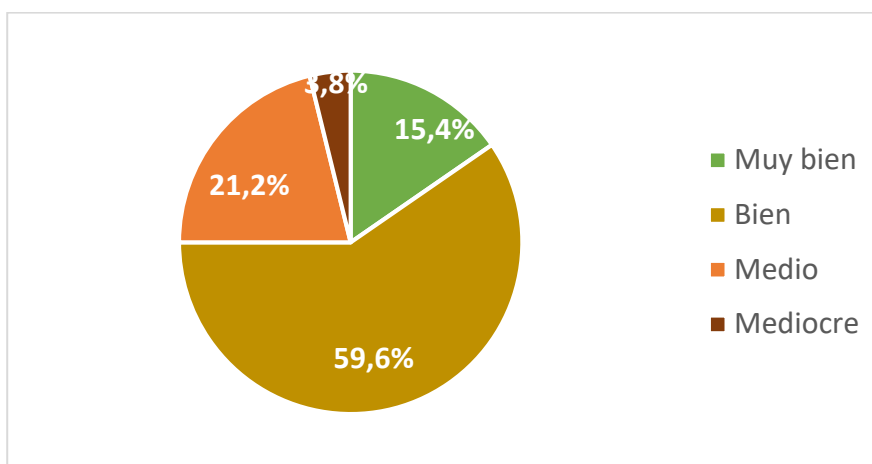
Resultado: se valida la hipótesis

P. 4.2. ¿Cómo los gerentes ven el retorno de la inversión en cuanto a formación de idiomas se refiere?

Subhipótesis 4.2: Los gerentes ven el retorno de la inversión con cierta satisfacción, pero ésta podría ser más eficiente

El 59,6% de los encuestados declara un buen retorno de la formación, el 21,2% un retorno medio, el 15,4% un retorno muy bueno, mientras el 3,8% expresa un retorno mediocre.

Gráfico 17. Porcentaje que expresa el retorno de la inversión en cuanto a formación se refiere



Fuente: elaboración propia

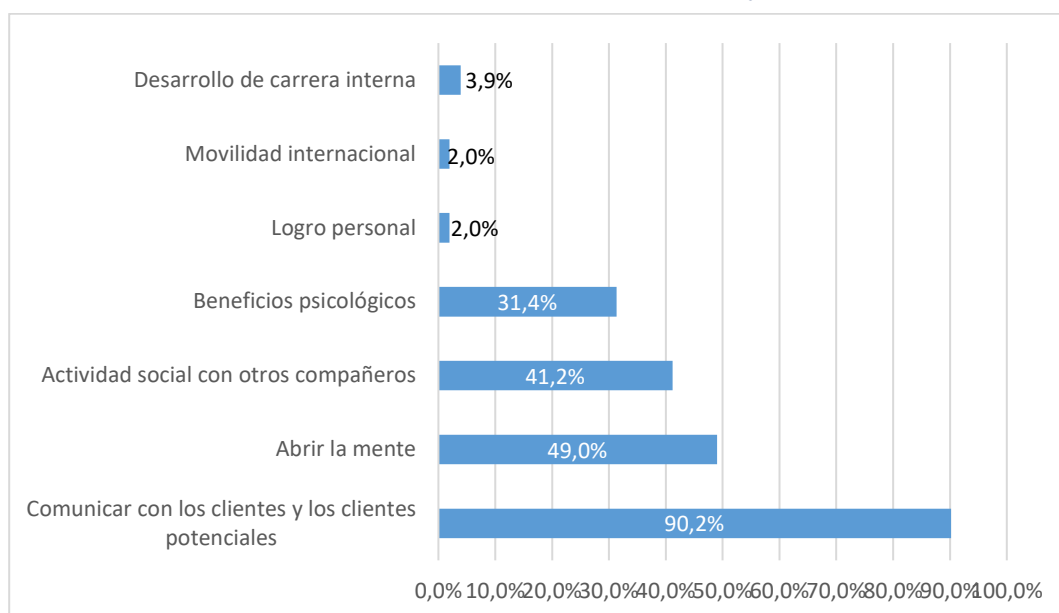
Resultado: mayormente se valida la hipótesis

P.5. ¿Cuál es la percepción sobre los principales beneficios del aprendizaje de idiomas en las empresas francesas? (Respuesta múltiple)

Subhipótesis 5: Los principales beneficios del aprendizaje de idiomas en las empresas francesas son el desarrollo de una mayor apertura mental, tener más éxito en el trabajo y avances en la carrera a nivel internacional.

El 90,2% de los encuestados afirman que los idiomas les sirven para poder comunicar con sus clientes y los clientes potenciales, el 49% para una apertura mental, el 41,2% para tener una actividad social con los otros compañeros de trabajo, el 31,4% para beneficios psicológicos. Finalmente, el 2% para un desarrollo personal, el 2% para movilidad internacional, el 2% para una evolución interna de carrera y otro 2% para una posible evolución dentro de la empresa y del grupo de trabajo.

Gráfico 18. Los beneficios aportados por el aprendizaje de idiomas



Fuente: elaboración propia

Resultado: mayormente se valida la hipótesis

5. DISCUSIÓN

Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación: *¿tienen los departamentos de RRHH de las empresas francesas en cuenta la enseñanza de idiomas como instrumento para mejorar las competencias de sus trabajadores?* se han recogido los resultados del cuestionario suministrado a profesionales de Recursos Humanos de una muestra de empresas francesas.

Nuestra hipótesis era que algunas de las empresas tienen en cuenta la enseñanza de idiomas para que se mejoren las competencias de los trabajadores, sobre todo aquellas que _____

abarcan, o desean abarcar, mercados extranjeros. En el apartado anterior, hemos visto cómo las grandes empresas son las que más requieren de enseñanza de idiomas y eso probablemente se debe a su carácter más internacional. Las que dan menos son las micro, pero un dato curioso es que dan más formación las pequeñas que las medianas. Quizá eso se debe a la existencia de aquellas *startup* del sector tecnológico (Vaithinen, 2014). De hecho, si tomamos en consideración los sectores de las empresas que ofrecen formación lingüística a sus trabajadores, el sector que más la requiere es justamente el de tecnologías de la información.

Por lo que se refiere al *porcentaje de organizaciones que ofrecen a sus empleados cursos de idiomas*, de la muestra analizada solamente el 60% apuesta por clases de idiomas. En la hipótesis que hemos formulado, se esperaba que para las empresas que trabajan con otros países el porcentaje fuera más alto y curiosamente el 68,5% afirma comerciar con el extranjero. Quizá algunos de los empleados buscan a un profesor pagándolo por su cuenta o con la ayuda del *Compte Personnel de Formation* (CPF).¹

En cuanto a los *idiomas*, se verifica nuestra hipótesis, es decir que el inglés es el más requerido. No tiene que sorprender el porcentaje del francés en segunda posición ya que, como se ha indicado en el marco teórico, existen unas buenas prácticas relacionadas con la integración lingüística de los trabajadores extranjeros en el país / empresa que los hospeda (Al Gammal et al., 2020). Cabe destacar que entre *las lenguas mencionadas encontramos la lengua de signos*, que no se había previsto entre las opciones más requeridas para nuestro cuestionario. Por ello, para futuras búsquedas se podrían identificar estudios adicionales que incluyan también lenguas específicas como las lenguas de signos y las indígenas (Fox et al., 2019).

También se valida la hipótesis sobre los *cursos de idiomas ofrecidos*, en unos casos, a una parte de la plantilla y en otros dirigida a todos los trabajadores. Aunque tras haber analizado los datos hay que detallar que los cursos se dirigen mayoritariamente a aquellas personas que lo necesitan para llevar a cabo sus tareas como indicado en las investigaciones del marco teórico (Delgadová & Gullerová (2015); Ibaché (2019); Tenzer et al. (2017)).

Por lo que concierne la *modalidad de enseñanza de idiomas*, resulta relevante que la mayoría de las clases son *blended learning* (Trujillo Sáez et al., 2022). También, se destaca que los cursos en línea son más que los presenciales. Por ello, se puede afirmar que la digitalización de los cursos de idiomas disparada por la pandemia debida al coronavirus ha venido para quedarse.

Se valida nuestra hipótesis sobre la *preferencia* por las clases presenciales *in-company*.

¹ Insee (2023). *Compte personnel de formation / CPF*. <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c2140>

Entre las *herramientas* utilizadas durante las clases de idiomas, es curioso descubrir que algunos emplean Whatsapp. Quizá porque hay siempre más gente acostumbrada al uso del móvil y a las aplicaciones (Al Gammal et al. (2020); Ibañe, 2019) o porque existe la posibilidad de tener el Whatsapp Desktop.

En cuanto a los *criterios* aplicados para seleccionar idiomas, academias y profesores, podemos decir que nuestra hipótesis concuerda ya que de los resultados se evidencia la importancia de colaborar con los profesionales de la enseñanza conocidos desde hace años. No tiene que sorprender que el método de recoger currículum a la vieja usanza ha dejado cada vez más espacio al uso de portales y de LinkedIn.

Por lo que atañe la *externalización de servicios*, la hipótesis que hemos formulado se valida ya que la mayoría de las empresas externalizan el servicio de enseñanza de idiomas.

En cuanto a *impacto y alcance* de la enseñanza de idiomas, hay un dato llamativo que se desprende de nuestro cuestionario: son la minoría los profesionales de Recursos Humanos que consideran bajo o muy bajo el impacto de la formación lingüística en sus empresas.

También el *grado de insatisfacción* de los empleados es muy bajo. Mientras el retorno de inversión en la formación lingüística se ve de manera positiva en la mayoría de los casos.

Finalmente, *la ventaja principal del aprendizaje de idiomas* es comunicar tanto con los clientes como con los potenciales clientes (Delgadová & Gullerová (2015); Tenzer et al. (2017)). Sin embargo, se destacan también beneficios que van más allá de las tareas laborales, como por ejemplo una mayor abertura mental, más socialización y otros beneficios psicológicos que hubiera sido interesante concretar.

6. CONCLUSIONES

El objetivo de esta línea de investigación ha sido estudiar el impacto de la enseñanza de idiomas en una muestra de empresas francesas desde una perspectiva de Recursos Humanos. En los apartados anteriores, Resultados y Discusión, hemos observado y descrito que todavía hay empresas que son reacias a ofrecer cursos de idiomas a su plantilla y que no apuestan por la formación lingüística, aunque en unos casos se trabaje con el extranjero o, si la ofrecen, a veces ésta está dirigida solamente a los trabajadores que necesitan hablar idiomas para desempeñar sus tareas laborales o para cubrir necesidades de la empresa.

Entre los principales hallazgos derivados de esta investigación hemos descubierto que el sector que más requiere formación de idiomas es el de tecnologías de la información, seguido por hostelería y turismo y energía y medio ambiente. El tipo de aprendizaje más requerido, aunque la pandemia por covid-19 está bajo control, resulta ser el blended learning. La mayoría de los encuestados se consideran satisfechos y declaran un buen retorno de la inversión en formación lingüística, y se destacan varios beneficios aportados a los trabajadores que van mucho más allá del mero aspecto laboral tales como una mayor abertura mental, más

socialización con los compañeros, beneficios psicológicos que se suman a logro personal, movilidad internacional y desarrollo de carrera interna.

Ahora bien, como conclusión, podríamos afirmar que con esta investigación consideramos necesario informar a las empresas, a los responsables políticos locales, estatales y nacionales de la relevancia de la formación lingüística, para que valoren, inviertan y adopten programas de aprendizaje de idiomas en sus entornos, ya que muchos son los beneficios que se aportan tanto a los ciudadanos jóvenes como a los sénior a lo largo de toda la vida, mejorando también su vida personal. En la promoción de dicho beneficios los profesores de idiomas y los investigadores desempeñan un papel fundamental (Fox et al., 2019) porque comparten y amplían conocimientos.

7. PROPUESTA DE MEJORA

Siguiendo la línea de la presentación de los hallazgos de esta investigación, en el marco de la Formación y Desarrollo, consideramos fundamental diseñar un plan de formación lingüística que definimos a continuación.

Para la siguiente propuesta de mejora presentamos un caso de uso hipotético basado en las respuestas obtenidas del cuestionario que destacaban el interés de las pequeñas empresas por la formación de idiomas: una pequeña empresa francesa del sector turístico está evaluando la posibilidad de ofrecer cursos de idiomas a toda la plantilla y no solamente a unos empleados en particular. Dicha pequeña empresa quiere potenciar y mejorar las relaciones comerciales con el extranjero, mejorar la reputación de su marca y retener a sus empleados, ya que todos sus trabajadores se beneficiarían, tanto en la vida laboral que privada, de las ventajas de aprender o mejorar idiomas. Se destaca que el programa de formación tiene que estar adaptado a las necesidades y objetivos de esta pequeña empresa.

- Concienciación de la importancia de aprender idiomas:

Es importante que esta pequeña empresa invierta en la enseñanza de idiomas porque resulta ser imprescindible en el mundo digitalizado y globalizado en el que vivimos y en un sector como el turístico. Muchos son los beneficios que se aportan tanto a la empresa como al trabajador, por ejemplo una mayor capacidad de concentración, un potenciamiento de la escucha activa y de la creatividad, entre otros. Hoy en día varias son las posibilidades de asistir a clase, de hecho en las aulas de idiomas de los países desarrollados, según Daniel Cassany, lo más habitual ya son los cursos mixtos, presenciales y en plataformas digitales (Trujillo Sáez et al., 2022). En el marco de la digitalización de los cursos de idiomas disparada por la pandemia por la covid-19, a dicha empresa pequeña le proponemos clases en línea utilizando herramientas como Microsoft Teams, Zoom, Google Meet o Skype que se van a complementar con un libro, digital para quien quiera. Asimismo, se podrían organizar conversaciones lingüísticas en una cafetería o en un parque, una vez a la semana, para compartir momentos placenteros con los colegas, intercambiar conocimientos y reforzar la cultura empresarial fortaleciendo la idea de comunidad.

- Compromiso de la organización: tras haber identificado las necesidades específicas de la plantilla y de la empresa, evaluando la brecha de habilidades de cada individuo y de todo el equipo, consideramos relevante que la pequeña empresa francesa, una vez concienciada de la importancia de brindar formación lingüística a toda su plantilla, se comprometa a seguir el plan de implementación a lo largo de todo el proceso. Los aspectos más complicados a la hora de decidir si implantar dicha formación son los esfuerzos en cuanto a inversión económica se refiere y la planificación estratégica previa para obtener resultados exitosos entre trabajadores comprometidos y motivados.
 - Contratación de personal especializado: para obtener estructura y eficacia hará falta contactar a una academia externa que cuenta con especialistas de la enseñanza formados y con años de experiencia que sepan diseñar los contenidos del curso, verificando que éstos se ajusten a los objetivos SMART de la empresa. No hay que olvidar el papel clave del buen/a profesor/ra ya que permite mantener constante el compromiso y la motivación del alumnado a lo largo del curso si es enérgico, entusiasta y positivo como un *coach*. Se encarga de la planificación, ejecución, seguimiento personalizado y evaluación de las actividades docentes y de la preparación de material didáctico personalizado. Optimiza el aprendizaje para cada estudiante. También destacamos la utilidad de la asignación de unas actividades voluntarias para casa para que durante la semana los alumnos avancen y aprendan más rápido.
 - Presupuesto: para el servicio personalizado que ofrece mayor calidad y resultados en poco tiempo, en modalidad *one to one*, la tarifa neta es de 50€/hora a la que habrá que añadir el coste del libro (24,90€) para cada estudiante. La duración de cada clase es de 60 minutos. Aunque la duración del curso depende de los objetivos SMART que la pequeña empresa desea fijar y conseguir, éstos están relacionados con el nivel inicial de idioma de cada alumno, con los contenidos, con las destrezas lingüísticas, se recomienda un mínimo de tres meses de curso.
 - Calendario: invertir en un plan de formación requiere también una inversión a nivel de tiempo, por ello consideramos necesario calendarizar las clases de la mejor forma posible para que haya constancia y margen de flexibilidad en caso de necesidad. Se recomienda al menos una hora de clase por semana para cada trabajador en una franja horaria que facilite su constancia y motivación a la hora de asistir a clase.
 - Implementación: aunque el plan formativo se define al inicio, a lo largo del curso dicho plan se puede adaptar, mejorar y personalizar aún más según las circunstancias y las observaciones. Se prevé una comunicación clara y transparente entre todas las partes, es decir, el profesorado, los alumnos y la empresa.
 - *Feedback*: un *feedback* constructivo es importante tanto para los trabajadores y la empresa como para el profesorado ya que se evidencian fortalezas y debilidades del curso durante y después de la formación.
 - Medidas: a lo largo del curso se aplican medidas de mejora gracias a un seguimiento constante del proceso de aprendizaje; capacidad de adaptación de contenidos; es importante

que la comunicación esté basada en la transparencia, claridad y credibilidad con el objetivo de transmitir tranquilidad, profesionalidad y confianza a los estudiantes.

- **Evaluación:** evaluar el progreso individual y grupal resulta fundamental para darse cuenta si los objetivos se han cumplido satisfactoriamente o no o si en la empresa se han tomado decisiones rentables. Al finalizar el curso el personal docente deberá elaborar y enviar a la empresa una memoria final del mismo en la que se detallan los objetivos conseguidos, la detección de necesidades, la valoración del curso y los participantes, observaciones e incidencias. Asimismo, se pedirá a los empleados que rellenen encuestas, hagan entrevistas para que se conozca su opinión sobre la formación lingüística recibida.

- **Return on investment:** para que los profesionales de Recursos Humanos de la pequeña empresa puedan medir el retorno de la inversión (ROI) y determinar el impacto del aprendizaje de idiomas para dicha empresa, unos indicadores útiles podrían ser la adquisición de nuevos mercados internacionales, las relaciones mejoradas con los clientes y los clientes potenciales, una mayor productividad, una realización más efectiva de las tareas laborales, las mejoras en cuanto a comunicación se refiere, un aumento de la motivación de los trabajadores, el nivel de satisfacción con la formación recibida.

8. LIMITACIONES DEL TRABAJO

En cuanto a las limitaciones de este estudio se refiere, parece interesante mencionar aquí algunas dificultades metodológicas, que pueden ser útiles para futuros investigadores que decidan realizar trabajos similares.

Por lo que concierne el apartado Metodología, no se realizó el pretest o prueba piloto con trabajadores de RRHH para no perder parte de la muestra, pero para subsanar esta limitación lo que se ha hecho ha sido validar este cuestionario con dos personas que simulaban ser profesionales de RRHH que identificaron pequeños errores que fueron subsanados en la encuesta de Google Forms.

Una vez abierto el cuestionario, una profesional de Recursos Humanos por mensaje privado, después de haber completado la encuesta me escribió que justo a la primera pregunta, en la que se daba la opción de añadir la respuesta 'otros', no había posibilidad de precisar. Así que la agradecí y después modifiqué la modalidad de *Google forms* implementando la respuesta para que los demás participantes pudiesen contestar libremente.

Cabe destacar que en LinkedIn es posible agregar solamente a un número limitado de contactos por semana, se ha pasado a la cuenta premium para poder enviar unos mensajes Inmail sin agregar directamente a las personas, pero también en este caso con un límite de mensajes por semana.

Una profesional de Recursos Humanos en su muro de LinkedIn compartió con su red un mensaje con el enlace a mi cuestionario. Tras haberla agradecido por su disponibilidad y amabilidad, se ha compartido su post, aunque solamente se han recibido unas visualizaciones.

Con el fin de enviar más mensajes alcanzando a más personas y por consiguiente más respuestas, se ha procedido a contactar con profesionales con el perfil premium y abierto. Efectivamente, sin estar conectados, la funcionalidad *open profile* ha permitido contactar con muchos más profesionales y de manera más rápida ya que no hacía falta esperar que la persona contactada aceptase la invitación de ser agregado.

También se ha ampliado la búsqueda de profesionales escribiendo en la barra de búsqueda de LinkedIn las palabras clave “rh”, “hr”, “recrutement”, “recruitment” y “talent acquisition”.

Asimismo, tras haber sido agregada a los mayores grupos de Recursos Humanos en Francia, se ha compartido el post que ha recibido unas visualizaciones.

También, mínimo una vez por semana, he publicado un post en el muro de LinkedIn para que lo viera más gente y, de hecho, algunos de mis estudiantes, que están en mi red, sé que lo han republicado en su muro dado que conocen a varios profesionales de Recursos Humanos en Francia.

Una vez cerrado el cuestionario, recibí unos mensajes de personas interesadas a responder que vieron la encuesta ya cerrada, por ello lo habría podido dejar abierto unos días más.

Una profesional de RRHH que respondió a mi encuesta me sugirió por mensaje privado contextualizar al inicio del cuestionario explicando cuál es el objetivo de este estudio y, además información imprescindible para que el lector no se quedara a oscuras. Sinceramente la agradecí por el *feedback*.

Para redactar un TFM más completo se podría haber utilizado una metodología mixta incluyendo también el método cualitativo (con entrevistas a unos profesionales que han manifestado su consentimiento) para obtener una complementariedad metodológica de los dos enfoques. Aunque, al final se ha optado por centrarse solamente en el cuantitativo obteniendo una muestra aleatoria para evitar que se perdiera el anonimato de la encuesta. De hecho, unos profesionales han ido comunicando espontáneamente por mensaje privado que habían rellenado el cuestionario y esto ha conllevado un riesgo de sesgo si se hubiese proseguido con las entrevistas del método cualitativo.

Como esta investigación se ha llevado a cabo solamente en Francia, consideramos que hubiera sido interesante ampliarla a Italia y España, el primero, país en el que nací y me críe, el segundo donde me mudé hace unos años. Seguro hubiera sido relevante comparar los resultados entre estos tres países. Aunque, también se hubiera podido analizar el mundo francófono en Europa.

9. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Por lo que concierne las futuras líneas de investigación, me gustaría seguir profundizando el tema de la enseñanza y formación lingüística de los trabajadores, quizá con una tesis doctoral, ya que muchos son los aspectos fascinantes.

Consideramos que emplear también una metodología cualitativa aportaría otras perspectivas a las futuras líneas de investigación, se investigaría de manera más humanística, ya que como bien destacaron Denzin y Lincoln, dicha metodología implica una aproximación interpretativa y naturalista del mundo, es decir que los investigadores cualitativos estudian las cosas en su contexto natural, intentando dar sentido o intentando interpretar los fenómenos según los significados que las personas le dan (Denzin & Lincoln, 2005).

Como ya anteriormente mencionado, Tenzer et al. (2017), en su estudio de la literatura sobre la investigación en la enseñanza y competencia de idiomas en entornos profesionales, han identificado unas limitaciones existentes, de las que se destaca especialmente que los estudios en dicho ámbito ligeramente superiores en cantidad son de carácter cualitativo, proveyendo direcciones futuras de investigación necesarias también porque la mayoría de estos estudios están limitados a un sector, idioma o región concretos. Por tanto, existe la necesidad de extender el alcance de las investigaciones en cuanto a regiones, países, idiomas y sectores se refiere y además revisar un número mayor de publicaciones para profundizar de modo interdisciplinario, transdisciplinario y holístico mostrando una gama más amplia de métodos para capturar el concepto de lenguaje de manera empírica. Por ello, como anteriormente indicado en las limitaciones de este trabajo habría que ampliar las investigaciones por ejemplo a otras naciones para poder comparar los resultados obtenidos.

En nuestro mundo globalizado, la formación lingüística en las empresas parece ser una necesidad capaz de aportarles un valor añadido. Sin embargo, consideramos que todavía hay que seguir investigando ya que, como hemos destacado anteriormente, si es cierto que muchos son los beneficios que el aprendizaje de idiomas aporta a las personas y a la sociedad, para algunos individuos estudiar un idioma extranjero resulta ser un recorrido aburrido, estresante o incluso frustrante que los lleva a evitar o a abandonar los cursos de idiomas. Las emociones en la formación lingüística cuentan e influyen en el proceso de aprendizaje, de acuerdo con Rodrigo Aragão, existe una relación fundamental entre las emociones, creencias y acciones durante el aprendizaje de idiomas (Aragão, 2011). Según Estrella Montolío, el aprendizaje puede resultar un proceso largo e incluso complejo (Montolío, 2021) y algunos sufren de xenoglosofobia, miedo a hablar lenguas extranjeras (Böttger; Költzsch, 2020). Por estos motivos planteamos entre otras futuras líneas de investigación un estudio sobre la xenoglosofobia que impide y bloquea a la hora de hablar en otro idioma. Y pensar que, como bien afirma Estrella Montolío, la conversación puede ser enormemente terapéutica por escuchar atentamente, devolver parte de dicha escucha en forma de preguntas, hacer pensar a la otra persona y sanar, como durante las sesiones con profesionales de la sanidad especializados (Montolío, 2021). Específicamente para las clases de idiomas, Montolío destaca la importancia de la escucha activa, la colaboración y la conversación.

Aunque subraya también que, en la sociedad de la información y el conocimiento, con la llegada de las nuevas tecnologías la escritura es una habilidad actualmente vital, transversal y útil para la vida profesional de los trabajadores (Montolío, 2021).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldosari, A., & Alsultan, M. (2017). The influence of early bilingual education (English) on the first language (Arabic) literacy skills in the second grade of elementary school: Saudi Arabia. *Journal of Education and Practice*, 8(5), 135–142.
- Al Gammal, M., Sharaf, N. A., & Bleek, A. A. F. E. (2020). E-Learning of foreign language for the employees and majority of countries requirements. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(6), 8748-8756.
- Aragão, R. (2011). Beliefs and emotions in foreign language learning. *System*, 39(3), 302-313.
- Bak, T. H., Nissan, J. J., Allerhand, M. M., & Deary, I. J. (2014). Does bilingualism influence cognitive aging? *Annals of Neurology*, 75(6), 959–963.
- Beadle, S., Humburg, M., Smith, R., & Vale, P. (2016). Study on foreign language proficiency and employability: Executive summary 1. *European Journal of Language Policy; Liverpool*, 8(2), 243–253.
- Blyth, C. (2018). Immersive technologies and language learning. *Foreign Language Annals*, 51(1), 225-232.
- Bolívar, C. R. (2008). El enfoque multimétodo en la investigación social y educativa: una mirada desde el paradigma de la complejidad. *Teré: revista de filosofía y socio-política de la educación*, (8), 13-28.
- Bordia, S., & Bordia, P. (2015). Employees' willingness to adopt a foreign functional language in multilingual organizations: The role of linguistic identity. *Journal of International Business Studies*, 46(4), 415-428.
- Boroditsky, L. (2021). *Cómo la lengua configura nuestro pensamiento*. [En línea] BBVA Aprendemos juntos. [consulta: 25/04/2023] <https://aprendemosjuntos.bbva.com/especial/espacio-y-tiempo-una-cuestion-de-lengua-lera-boroditsky/>
- Böttger, H., & Költzsch, D. (2020). The fear factor: Xenoglossophobia or how to overcome the anxiety of speaking foreign languages. *Training, Language and Culture*, 4(2), 43-55.
- Brouwer, J., van den Berg, F., Knooihuizen, R., Loerts, H., & Keijzer, M. (2020, February). Can foreign language learning boost cognitive flexibility in late-life depression?. In *BCN Winter Meeting 2020*.

- Centro Virtual Cervantes (2023). *Metodología cuantitativa*. [En línea] CVC. [consulta: 18/05/2023] https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodologiacuantitativa.htm
- Chen, X., Zou, D., Xie, H., & Cheng, G. (2021). Twenty years of personalized language learning. *Educational Technology & Society*, 24(1), 205-222.
- Cox, J. G. (2017). Explicit instruction, bilingualism, and the older adult learner. *Studies in Second Language Acquisition*, 39(1), 29–58.
- Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. (eds.) (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3.^a ed.). Londres: Sage.
- Divinska, N. (2017). Ways of developing foreign languages competence of scientific and pedagogical workers. *Modern Science-Moderni Veda*, 4(6), 80-89.
- Divinska, N. (2019). Methodical aspects of development of scientific and pedagogical workers' foreign language competence. *Problems of Education*, (93), 169-182.
- Erkinovna, G. U. (2020). Methodological recommendations on the organization of teaching a foreign language based on blended learning at the professional development courses for pedagogical staff from higher education institutions (HEIS). *European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences*, 8(10), 170-177.
- Fox, R., Corretjer, O., & Webb, K. (2019). Benefits of foreign language learning and bilingualism: An analysis of published empirical research 2012–2019. *Foreign Language Annals*, 52(4), 699-726.
- Fürst, G., & Grin, F. (2018). Multilingualism and creativity: A multivariate approach. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 39(4), 341–355.
- Ghonsooly, B., & Showqi, S. (2012). The effects of foreign language learning on creativity. *English Language Teaching*, 5(4), 161–167.
- Godwin-Jones, R. (2021). Big data and language learning: Opportunities and challenges. *Language Learning & Technology*, 25(1), 4–19.
- Huang, Z. (2020). The Tool of Making Quantitative Researches for Foreign Language Teachers. In *2020 Conference on Education, Language and Inter-cultural Communication (ELIC 2020)* (pp. 230-233). Atlantis Press.

- Ibacache, K. (2019). Use of language-learning apps as a tool for foreign language acquisition by academic libraries employees. *Information Technology and Libraries*, 38(3), 22-33.
- Instituto Cervantes (2022). *El español: una lengua viva. Informe 2022*. [En línea] Instituto Cervantes. [consulta: 04/06/2023] https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2022.pdf
- Makumane, M. A., & Ngcobo, S. (2018). The socio-economic value of French language education in Lesotho: The learners' voices. *South African Journal of African Languages*, 38(2), 167–175.
- Martínez Melo, M. (2023). *Técnicas de recogida de datos cuantitativos: la encuesta*. Barcelona: UOC.
- Millar, S. (2017). The sociolinguistic economy in contexts of transience and change in Danish multinational companies. *Journal of Linguistic Anthropology*, 27(3), 344–360.
- Montolío, E. (2021). *Cómo nos define nuestro lenguaje*. [En línea] BBVA Aprendemos juntos. [consulta: 25/04/2023] <https://aprendemosjuntos.bbva.com/especial/nuestra-escritura-nos-representa-estrella-montolio/>
- Padilla, A. M., Fan, L., Xu, X., & Silva, D. (2013). A Mandarin/English two-way immersion program: Language proficiency and academic achievement. *Foreign Language Annals*, 46, 661–679.
- Peltokorpi, V. (2022). The “language” of career success: The effects of English language competence on local employees' career outcomes in foreign subsidiaries. *Journal of International Business Studies*, 1-27.
- Radley, Y. (2016). Working in a foreign language: Case study of employees' perceptions in a Luxembourg-based multinational company using English as a lingua franca. *Master's thesis. University of Luxembourg*.
- Rodica, B. (2020). The role of communication in a foreign language in the training of Human Resources / le role de la communication dans une langue étrangère dans la formation des Ressources Humaines. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 29.
- Rodríguez Gómez, D. & Valldeoriola Roquet, J. (2009). *Metodología de la investigación*. Barcelona: UOC.

- Salas Vallina, A. (2022). *Tendencias clave en la investigación en recursos humanos*. Barcelona: UOC.
- Soare, I. L., & Munteanu-Bănăţeanu, M. C. (2020). Mobile-learning, motivation and foreign language learning at University level and as an employee. A contrastive study. *ELearning & Software for Education*, 3.
- Stolyarova, E., & Fedotova, M. (2017). Professional language personality of specialists in the field of human resources management and teaching foreign languages for specific purposes. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 5, 127-133.
- Takagaki, K., Okamoto, Y., Jinnin, R., Yokoyama, S., Yoshino, A., Kagawa, F., ... & Yamawaki, S. (2018). Effects of behavioral activation program without psychotropic medication treatment for depression in late adolescence: case report. *Neuropsychiatric Disease and Treatment*, 2159-2164.
- Tenzer, H., Terjesen, S., & Harzing, A. W. (2017). Language in international business: A review and agenda for future research. *Management International Review*, 57(6), 815-854.
- Truchot, C. (2016). Quelles langues parle-t-on dans les entreprises en France?. *European Journal of Language Policy*, 8(1), 105-120.
- Truchot, C. (2013). Internationalisation et choix linguistiques dans les entreprises françaises: entre «tout anglais» et pratiques plurilingues 1. *Synergies Italie*, (9), 75-90.
- Trujillo Sáez, F., Cassany, D., Combe, C., Ferreira, A., Ollivier, C., & Román-Mendoza, E. (2022). Tecnología versus/para el aprendizaje de lenguas. Reflexiones y conversaciones sobre el futuro de la enseñanza y el aprendizaje de lenguas mediados por la tecnología. *Difusión*.
- Vaittinen, J. (2014). Foreign language competence as a career enabler: Employee motivation to develop foreign language competence in the technology industry. *Master's Thesis, Department of Management and International Business, Aalto University*.
- Viitala, J. (2014). Foreign language competence in today's working life - An empirical research on the effect of foreign language skills on employees' working life in Finland: employee perspective. *Master's thesis, Aalto University*.
- Wen, Q. F., & Wang, L. F. (2004). Review and thinking of the research method of second language acquisition in the past 35 years. *Journal of Foreign Languages*, 4, 18-25.

Woumans, E., Ceuleers, E., Van der Linden, L., Szmalec, A., & Duyck, W. (2015). Verbal and nonverbal cognitive control in bilinguals and interpreters. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 41(5), 1579–1586.

Woumans, E., Santens, P., Sieben, A., Versijpt, J., Stevens, M., & Duyck, W. (2015). Bilingualism delays clinical manifestation of Alzheimer's disease. *Bilingualism: Language and Cognition*, 18(3), 568–574.

ANEXOS

Anexo 1.

Mensaje en español enviado a los profesionales de Recursos Humanos

Buenos días señor X / señora X,

Mi nombre es Francesca Pellegrini y soy estudiante del máster "Dirección y Dirección de Recursos Humanos" de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). También soy profesora de idiomas online.

Aprovechando que ahora estamos en contacto a través de LinkedIn, me gustaría pedirle su colaboración para mi trabajo de fin de máster en la UOC, que trata sobre la enseñanza de idiomas en las empresas francesas desde el punto de vista de los Recursos Humanos.

Este es un cuestionario completamente anónimo y sus respuestas serían muy valiosas para mí.

Si tiene alguna duda, no dude en contactar conmigo a través de LinkedIn o por correo electrónico a: fpellegrini@uoc.edu

Aquí está el enlace al cuestionario:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScOWXIR3_ekIMiuYY-HBWI95w2ZAGyicnY2oMJ90AbOKgnJZg/viewform

Gracias de antemano y le deseo un buen día,

Francesca Pellegrini

Mensaje traducido en francés

Bonjour Monsieur X / Madame X,

Je m'appelle Francesca Pellegrini et je suis une étudiante du master "Management et gestion des Ressources Humaines" de l'Université Ouverte de Catalogne (UOC). J'enseigne également des cours de langues en ligne.

Profitant du fait que nous sommes désormais en contact via LinkedIn, j'aimerais vous demander votre collaboration pour mon mémoire de master à l'UOC, qui traite de l'enseignement des langues dans les entreprises françaises du point de vue des Ressources Humaines.

Il s'agit d'un questionnaire totalement anonyme et vos réponses me seraient très précieuses.

Si vous avez des questions, n'hésitez pas à me contacter via LinkedIn ou par e-mail à:

fpellegrini@uoc.edu

Voici le lien vers le questionnaire:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScOWXIR3_ekIMiuYY-HBWI95w2ZAGyicnY2oMJ90AbOKgnJZg/viewform

Je vous remercie par avance et vous souhaite une belle journée,

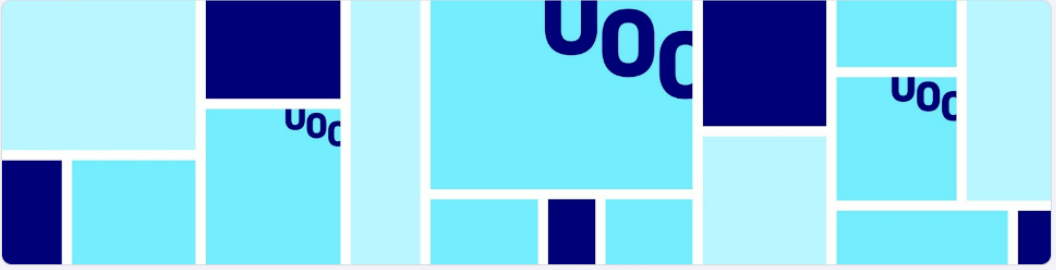
Francesca Pellegrini

Traducción propia y supervisada por doña Coline B.

Anexo 2.

Encuesta online

Preguntas Respuestas **130** Configuración



Sección 1 de 11

L'enseignement des langues dans les entreprises françaises

Les réponses à ce questionnaire sont enregistrées et évaluées de manière confidentielle et anonyme.

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 11

Informations sur l'entreprise:

Descripción (opcional)

Secteur de l'entreprise

- Enseignement
- Industrie manufacturière
- Technologique
- Alimentaire
- Santé
- Otra...

Taille de la localité où se situe l'entreprise (selon le nombre d'habitants)

1. > 2.000.000
2. 400.000 - 2.000.000
3. 200.000 - 400.000
4. 100.000 - 200.000
5. 20.000 - 100.000
6. 5.000 - 20.000
7. < 5.000

Taille de l'entreprise (selon le nombre de ses employés)

1. grande (> 250)
2. moyenne (50 - 249)
3. petite (10 - 49)
4. micro (1 - 9)

Después de la sección 2 Ir a la siguiente sección



Sección 3 de 11

Données sur le/la répondant/e



Descripción (opcional)

Âge

1. Plus de 60 ans
2. Entre 50 et 59 ans
3. Entre 40 et 49 ans
4. Entre 30 et 39 ans
5. Entre 20 et 29 ans
6. Moins de 20 ans

Sexe

- Femme
- Homme
- Otra...

Niveau d'études

- Doctorat, maîtrise, licence (études universitaires)
- Baccalauréat, formation professionnelle
- Enseignement secondaire inférieur
- Enseignement primaire
- Otra...

Département dans lequel vous travaillez (Ressources Humaines)

- Généraliste
- Formation et développement
- Recrutement
- Gestion des talents
- Efficacité organisationnelle
- Otra...

Position dans l'entreprise

- Directeur
- Administrateur
- Gestionnaire
- Technicien
- Otra...

Depuis combien d'années travaillez-vous dans cette entreprise?

1. Plus de 20 ans
2. Entre 10 et 20 ans
3. Entre 5 et 10 ans
4. Entre 2 et 5 ans
5. Moins de 2 ans

Después de la sección 3 Ir a la siguiente sección



Sección 4 de 11

Título de la sección (opcional)



Descripción (opcional)

Quelle est votre langue maternelle?

- Français
- Arabe
- Anglais
- Italien
- Espagnol
- Allemand
- Mandarin
- Otra...

Parlez-vous d'autres langues au travail? Si oui, lesquelles?

- Non
- Arabe
- Anglais
- Espagnol
- Italien
- Allemand
- Portugais
- Mandarin
- Otra...

Votre entreprise commerce-t-elle avec des pays étrangers?

- Oui
- Non

Votre entreprise propose-t-elle des cours de langues à ses employés?

- Oui
- Non

Después de la sección 4 Ir a la siguiente sección

Sección 5 de 11

Título de la sección (opcional)



Descripción (opcional)

Quelles sont les langues les plus populaires ou demandées dans votre entreprise? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Français
- Arabe
- Anglais
- Espagnol
- Italien
- Allemand
- Portugais
- Mandarin
- Otra...

Quel est le niveau de langue le plus demandé?

- Niveau avancé (C1 - C2)
- Niveau intermédiaire (B1 - B2)
- Niveau de base (A1 - A2)

Dans les cours, quelles sont les compétences linguistiques les plus appréciées? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Expression orale
- Compréhension orale
- Expression écrite
- Compréhension écrite

Quelle est la durée des cours de langues?

- Un an
- Six mois
- Trois mois
- Otra...

Comment se déroulent les cours?

- Individuels
- En groupe
- Combinés (travail en groupe et séances individuelles)

Quelles sont les heures de cours les plus populaires? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Cours du matin
- Cours de midi
- Cours de l'après-midi
- Cours du soir

Les cours de langues peuvent-ils être subventionnés?

- Oui
- Non

Quel est le groupe cible des cours de langues? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Tous les employés
- Départements particuliers
- Managers
- Les personnes qui en ont besoin pour les tâches qu'elles accomplissent

Les cours de langues sont-ils dispensés en présentiel, en ligne ou en blended learning (apprentissage mixte)?

- En présentiel
- En ligne
- Blended learning (apprentissage mixte, combinaison de cours à distance et en présentiel)

Después de la sección 5 Ir a la siguiente sección ▼

Sección 6 de 11

Título de la sección (opcional)



Descripción (opcional)

Les cours en présentiel sont-ils dispensés dans votre entreprise ou en dehors de l'espace de travail habituel ?

- Cours en entreprise (dispensés dans l'entreprise)
- En dehors de l'entreprise

Después de la sección 6 [Ir a la siguiente sección](#)

Sección 7 de 11

Título de la sección (opcional)



Descripción (opcional)

Où se déroulent les cours en dehors de l'entreprise? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Dans des écoles situées à quelques mètres de l'entreprise ou dans le même quartier
- Dans des écoles situées dans un autre quartier de la même localité
- Dans une autre localité
- Otra...

Después de la sección 7 [Ir a la siguiente sección](#)

Sección 8 de 11

Título de la sección (opcional)



Descripción (opcional)

Quelles sont les ressources technologiques utilisées pour les cours de langues destinés aux employés de votre entreprise? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Livres numériques
- Tableau blanc interactif
- Zoom
- Skype
- Microsoft Teams
- Google Meet
- Google Hangouts
- Moodle
- WhatsApp

Quels sont les critères utilisés par le département des Ressources Humaines pour sélectionner les langues à enseigner? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Besoin de l'entreprise
- Demande spontanée des employés
- Autre (veuillez préciser s'il vous plaît):

Disposez-vous de professeurs internes pour la formation linguistique ou faites-vous appel à une entreprise/école externe?

- Nous disposons de professeurs internes
- Nous faisons appel à une entreprise/école externe

Después de la sección 8 Ir a la siguiente sección

Sección 9 de 11

Título de la sección (opcional)



Descripción (opcional)

Quels sont les critères utilisés par le département des Ressources Humaines pour sélectionner des écoles ou des professeurs extérieurs à l'entreprise? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Enseignants / écoles avec lesquels on collabore depuis de nombreuses années
- Portails en ligne pour les cours particuliers
- LinkedIn
- CV reçus

Después de la sección 9 Ir a la siguiente sección

Sección 10 de 11

Título de la sección (opcional)



Descripción (opcional)

Quel est l'impact de la formation linguistique (avantages, rétention des talents, rémunération émotionnelle, etc.) et sa portée dans votre entreprise?

- Très élevé
- Moyennement élevé
- Faible
- Très faible

Dans quelle mesure pensez-vous qu'investir dans un plan de formation linguistique pour le personnel de votre entreprise serait bénéfique pour votre entreprise?

- Beaucoup
- Assez important
- Un peu
- Très peu

Quels sont les avantages de l'apprentissage des langues pour les employés? Vous pouvez cocher plusieurs réponses

- Communication avec les clients et les clients potentiels
- Ouverture d'esprit
- Activité sociale avec d'autres collègues
- Bénéfices psychologiques
- Otra...

Pouvez-vous quantifier le degré de satisfaction des employés de votre entreprise à l'égard des cours de langues reçus?

- Très satisfaits
- Satisfaits
- Peu satisfaits
- Pas du tout satisfaits

Comment évaluez-vous le retour sur investissement de la formation linguistique?

- Très bon
- Bon
- Moyen
- Médiocre

Después de la sección 10 Ir a la siguiente sección ▼

Sección 11 de 11

Merci beaucoup! 😊



Veuillez cliquer sur soumettre s'il vous plaît

Fuente: elaboración propia