



CORPORATE
LEARNING

POWERED BY *efekta*



INFORME SOBRE LA MADUREZ DEL APRENDIZAJE CORPORATIVO |
EF CORPORATE LEARNING

IA, personalización y el camino hacia programas de idiomas de alto impacto

Un marco para fomentar programas de formación
lingüística altamente desarrollados que generen
impacto e impulsen el éxito empresarial

Edición

2026



Índice

Resumen ejecutivo	5
Conclusiones principales	6
Introducción	7
¿Cómo definimos la madurez de un programa de idiomas?	8
Distribución de la madurez por región	9
¿Por qué deben las organizaciones invertir en el desarrollo de programas lingüísticos maduros? 10	
Los programas maduros favorecen la rentabilidad y el crecimiento financiero	11
Una cultura de aprendizaje refuerza el compromiso de los empleados y reduce la rotación de personal	13
La madurez de los programas lingüísticos fomenta las prácticas de innovación	14
¿Qué características distinguen a los programas maduros?	16
El papel de la IA en el desarrollo de programas maduros	17
Una experiencia de aprendizaje personalizada	19
Fluidez cultural y características avanzadas del programa	20
Revisión, medición y alineación con los objetivos empresariales	21
Conclusión y recomendaciones	24
Acerca de este informe	28

«[El mayor impacto que ha tenido el aprendizaje de idiomas es] que los empleados tienen más confianza y están mejor preparados para llevar a cabo negociaciones internacionales, los clientes están más satisfechos porque se sienten comprendidos y existe un vínculo más fuerte entre los empleados».

– Director general de una consultora en Brasil con más de 501 millones de dólares de ingresos



Resumen

Los altos directivos de las organizaciones multinacionales comprenden que las habilidades lingüísticas, especialmente en inglés, influyen en la calidad de la colaboración diaria entre los equipos globales. Lo que sigue siendo más difícil es evaluar el impacto empresarial más amplio de la formación lingüística y determinar cómo se puede medir su valor en términos monetarios.

En 2025, EF Corporate Learning publicó el primer Informe de madurez, que mostraba una clara correlación entre la «madurez», o nivel de desarrollo, del programa de idiomas de una empresa y las métricas empresariales de toda la empresa, incluyendo la rentabilidad, el crecimiento y la retención de empleados.

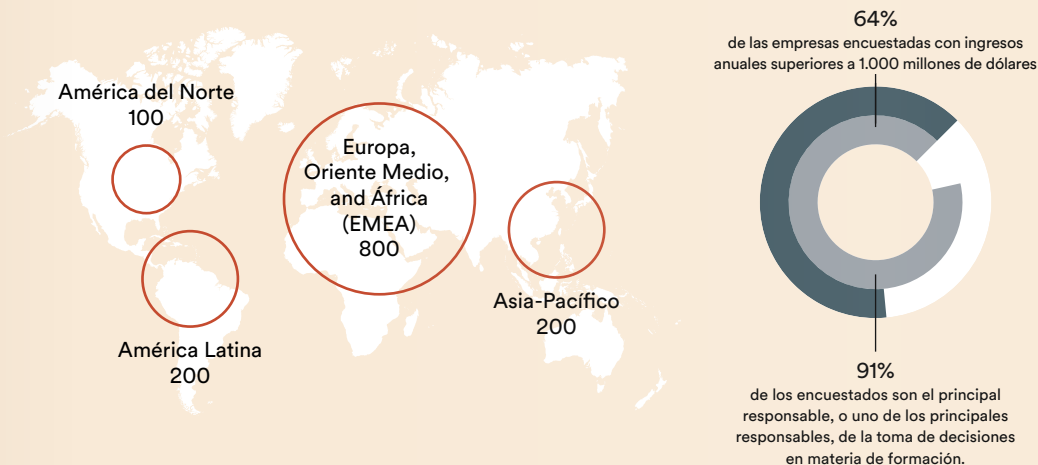
Partiendo de esa base, el informe de este año hace un seguimiento de los resultados empresariales de 1.300 empresas multinacionales y los compara con la madurez de sus programas de idiomas. El análisis revela una relación aún más fuerte entre la madurez de los programas de idiomas y los resultados financieros que el año pasado, ya que los programas más maduros se asocian

sistemáticamente con mayores márgenes de beneficio y un crecimiento empresarial sostenido.

Esta edición también explora qué es lo que permite a las empresas avanzar en la curva de madurez, incluyendo el papel de la IA y la personalización del aprendizaje. La mayoría de las organizaciones han introducido la IA en cierta medida en sus programas de formación lingüística, pero la eficacia de esta varía en función de las características que se aprovechan. Del mismo modo, aunque los responsables de RR. HH. señalaron el aprendizaje personalizado como la característica más importante de un programa lingüístico, solo una minoría de organizaciones lo ofrece actualmente en la práctica.

En conjunto, estos hallazgos proporcionan a las organizaciones una comprensión más clara de cómo reforzar su formación lingüística. Como se muestra en las páginas siguientes, las empresas que avanzan en la escala de madurez siguen registrando mejores resultados financieros y un mayor compromiso de los empleados.

Regiones encuestadas y tamaño de las empresas (véase la página 28 para obtener más información)



Conclusiones principales



La personalización y la inteligencia artificial se están convirtiendo en características definitorias de los programas maduros.

94%

de las empresas afirman que utilizan la IA en sus programas de idiomas, pero solo el 29% la ha implementado por completo.

10x

Las organizaciones con un nivel de madurez muy alto son diez veces más propensas a haber implementado completamente la IA en sus programas de idiomas (en comparación con la categoría de baja madurez).

Característica n.º 1

Los responsables de RR. HH. y formación y desarrollo consideran que el aprendizaje personalizado e individualizado es la característica más importante de un programa de formación lingüística.

37%

de las empresas ofrecen itinerarios de aprendizaje personalizados (que asciende al 89% entre las organizaciones con un nivel de madurez muy alto).



Los programas de formación lingüística maduros se correlacionan con un mejor rendimiento financiero

2x

Las empresas con un nivel de madurez muy alto registran casi el doble de margen de beneficio neto en comparación con las empresas con un nivel de madurez bajo (23% frente a 12 % de beneficio neto)

95%

de las empresas con un nivel de madurez muy alto experimentaron un aumento de los ingresos el año pasado, y el 98% espera un mayor crecimiento de los ingresos el próximo año

86%

de las empresas con un nivel de madurez muy alto se expandieron a dos o más mercados nuevos en los últimos dos años (frente al 24% en la categoría de madurez muy baja)



El compromiso y la retención de los empleados aumentan con la madurez del programa de idiomas

92%

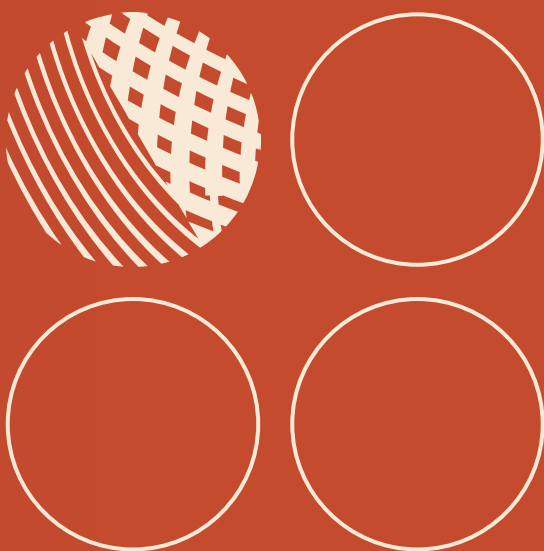
de las organizaciones con un nivel de madurez muy alto informan de un compromiso alto o muy alto de los empleados (frente al 39% en la categoría de madurez muy baja)

2x

Las organizaciones con un nivel de madurez muy alto son casi dos veces más propensas a informar de una rotación mínima de empleados y una alta retención (frente a la categoría de madurez muy baja).

86%

de las empresas con un nivel de madurez muy alto tienen una cultura empresarial sólida (frente al 27% de las empresas con muy baja madurez).



Introducción

¿Cómo definimos la madurez de un programa de idiomas?

Nuestro modelo de madurez es un marco que evalúa el estado actual del programa de formación lingüística de una organización. Los programas lingüísticos se evalúan en función de las cinco características que se indican a continuación y se agrupan en cinco niveles según su

puntuación total, desde una madurez «muy baja» hasta una madurez «muy alta». A continuación, esta puntuación de madurez se puede comparar con las métricas empresariales de toda la empresa, incluidos los ingresos, la rentabilidad y el compromiso de los empleados.

¿Cómo puntuamos los programas de idiomas de menor a mayor «madurez»?

Característica	Puntuación
Contenido del programa y metodología de aprendizaje	1-5 puntos
Personalización de los itinerarios de aprendizaje	0-5 puntos
Regularidad en la revisión y actualización del programa de formación	0-5 puntos
Alineación con los objetivos empresariales y de rendimiento	0-10 puntos
Integración en la cultura de aprendizaje de la empresa	0-5 puntos

Cuanto más desarrollada (“madura”) sea la característica, mayor será la puntuación

	Madurez muy baja	Madurez baja	Madurez moderada	Madurez alta	Madurez muy alta
Puntos	1 to 15	16 to 20	21 to 23	24 to 27	28 to 30



Distribución de la madurez por región

Se ha producido un cierto avance en los niveles generales de madurez desde el año pasado, con un 18% de las empresas situadas en la categoría de madurez muy alta en 2026, frente al 14% en 2025.

Este año, América del Norte ha pasado a ocupar la primera posición, con una mayor proporción de organizaciones en las categorías de madurez alta y muy alta. La región también muestra una mayor adopción de funciones de IA y una integración más profunda de los programas.

Latinoamérica sigue teniendo un buen rendimiento, especialmente en lo que respecta a la alineación estratégica; el 93% de las organizaciones de la región afirman que sus programas están total o mayoritariamente alineados con los objetivos empresariales.

EMEA muestra una progresión constante. Se observan mejoras en la integración cultural, el acceso a los programas y la alineación con los objetivos de la empresa. Sin embargo, la frecuencia de revisión y la personalización varían según los mercados.

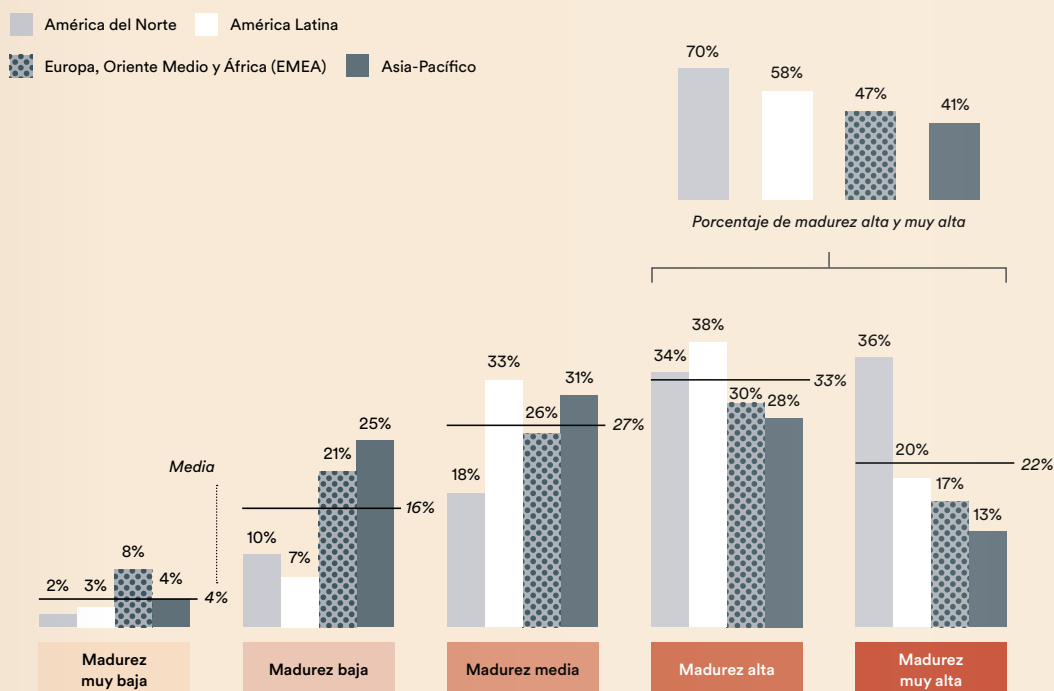
La región APAC muestra un avance más gradual este año, con un crecimiento modesto en las categorías de mayor madurez. Muchas organizaciones de la región siguen centrándose en los elementos fundamentales del programa, con niveles más bajos de adopción de IA y personalización en comparación con otras regiones.

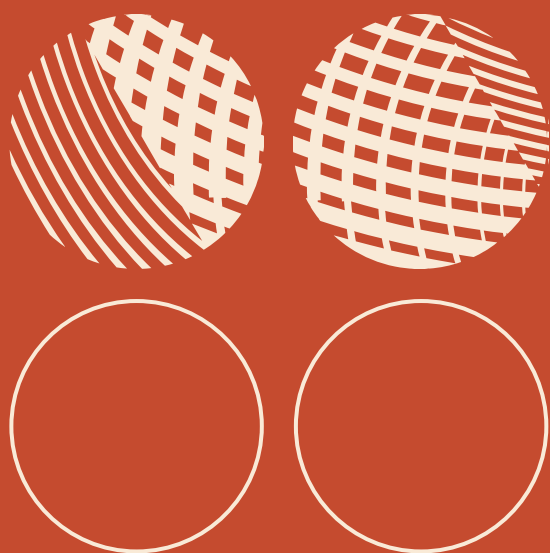
El 18 % de las empresas se sitúa en la categoría de madurez muy alta en 2026, frente al 14 % en 2025



América del Norte tiene el nivel de madurez más alto de todas las regiones, seguida de América Latina

Se muestra la proporción de empresas en cada nivel de madurez según la región:





¿Por qué deben las organizaciones invertir en el desarrollo de programas de idiomas de madurez alta o muy alta?

Los programas maduros favorecen la rentabilidad y el crecimiento financiero

Las organizaciones con programas de idiomas de madurez alta o muy alta siguen superando a sus competidores en indicadores de ingresos, beneficios y expansión de mercados. Los resultados de este año refuerzan la tendencia establecida en 2025, según la cual una mayor madurez de los programas de idiomas se alinea con un mejor rendimiento empresarial.

La brecha financiera entre los niveles de madurez se ha ampliado año tras año. Si bien los márgenes de beneficio aumentaron en todos los ámbitos, las ganancias más pronunciadas se concentraron en las organizaciones con un nivel de madurez muy alto, lo que indica que los rendimientos asociados a los programas avanzados se están acelerando. Las expectativas de ingresos siguen la misma tendencia, y las empresas con mayor madurez prevén un crecimiento continuo en el próximo año.

Los ingresos, los beneficios netos y la expansión del mercado están estrechamente relacionados con la madurez de los programas lingüísticos.



FIGURA 1A
¿Los ingresos de su empresa aumentaron o disminuyeron el año pasado?

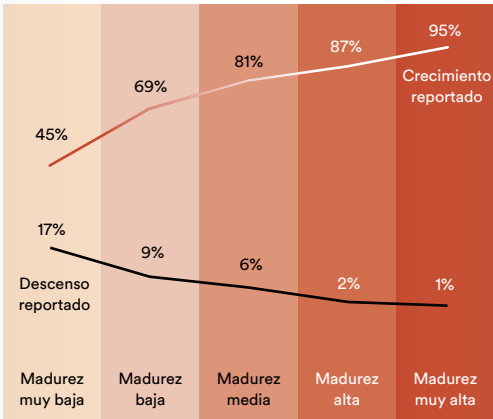


FIGURA 1B
¿Su empresa proyecta un aumento o una disminución de los ingresos el próximo año?

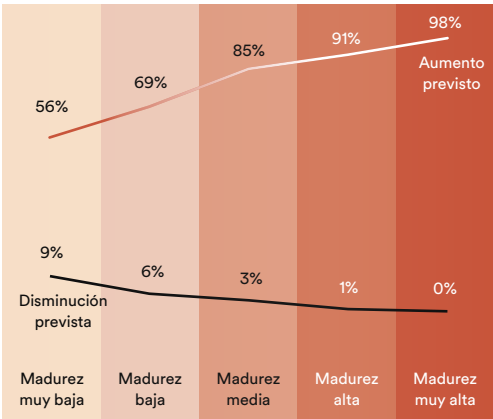


FIGURA 2
% medio de beneficio neto del año pasado frente al de este año

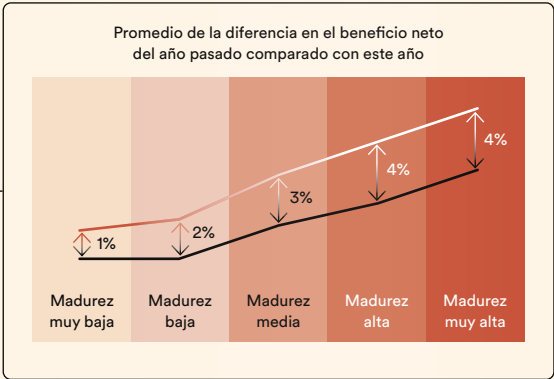
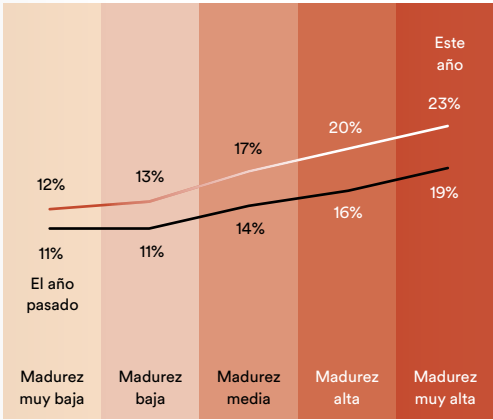
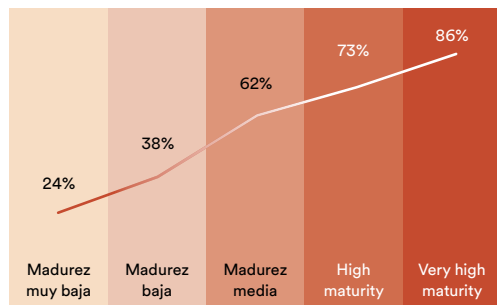


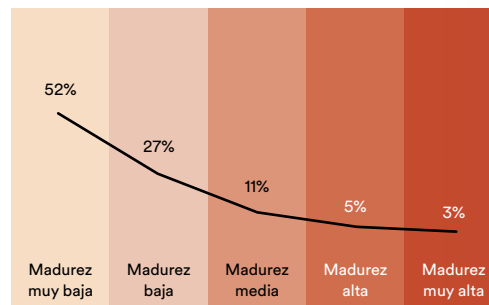
FIGURA 3

¿En cuántos nuevos mercados se ha expandido su empresa en los últimos 2 años?

2+ nuevos mercados



0 nuevos mercados



La expansión internacional también está estrechamente relacionada con la madurez de los programas de idiomas. Las empresas con programas más desarrollados son significativamente más propensas a haber entrado en nuevos mercados en los últimos dos años, lo que sugiere que la capacidad lingüística sigue siendo un factor importante para los planes de internacionalización y las oportunidades comerciales. Mientras tanto, las organizaciones en la categoría de madurez muy baja se están estancando, ya que el 52% no se ha expandido a ningún mercado adicional en los últimos dos años (un aumento con respecto al 32% del año pasado).

“[El mayor impacto de la formación lingüística es] que ayudó a nuestro equipo a conectar de forma auténtica con clientes de todo el mundo, creando una confianza que no se puede medir con cifras”

– Director de una empresa tecnológica en EE. UU.



Una cultura de aprendizaje refuerza el compromiso de los empleados y reduce la rotación de personal

Los resultados de este año vuelven a indicar que las organizaciones con programas de idiomas maduros registran niveles más altos de compromiso de los empleados y una mayor estabilidad de la plantilla. Casi todas las organizaciones con un nivel de madurez muy alto afirman que el compromiso de su plantilla es muy alto, mientras que las organizaciones con un nivel de madurez más bajo son más propensas a observar signos de desmotivación.

Las empresas con una madurez muy alta registran una mayor estabilidad en su plantilla. Tienen casi el doble de probabilidades que las organizaciones con un nivel de madurez muy bajo de registrar una rotación de empleados

muy reducida, lo que indica que los programas de formación en idiomas bien diseñados favorecen la retención del talento.

La fortaleza de la cultura subyacente parece desempeñar un papel importante. Alrededor de la mitad de las organizaciones encuestadas describen su cultura como fuerte y bien definida. Las empresas del grupo de alta madurez son considerablemente más propensas a hacerlo.

Los resultados sugieren que la madurez lingüística favorece una cultura de aprendizaje que atrae y retiene el talento, aumenta el compromiso y refuerza la cohesión organizativa entre los equipos globales.

“[El mayor impacto que ha tenido el aprendizaje de idiomas es] que ahora los empleados se identifican más con nuestra cultura, lo que mejora la retención del personal».

– Director ejecutivo de una empresa tecnológica en China con más de 5.100 millones de dólares de ingresos anuales y más de 5.000 empleados

FIGURE 4
Empresas que reportan un compromiso alto o muy alto de los empleados

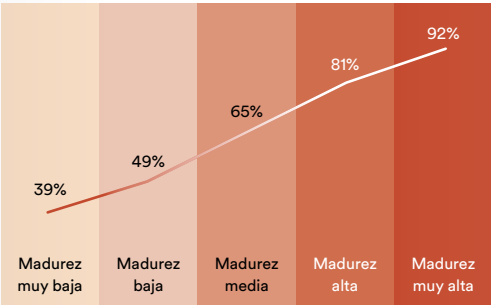


FIGURE 5
Empresas que registran una rotación mínima de empleados y una alta retención

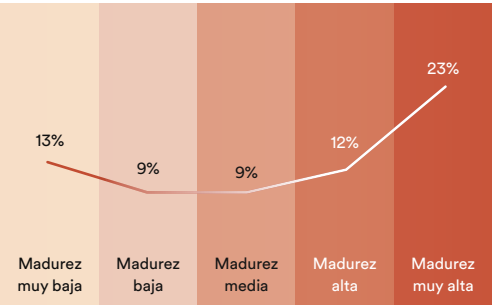


FIGURE 6A
Empresas que tienen una cultura fuerte y bien definida que enfatiza la colaboración, la innovación y el bienestar

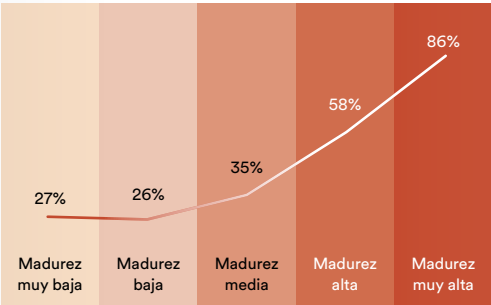
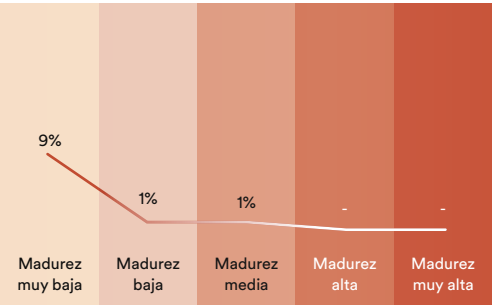


FIGURE 6B
Empresas que no priorizan la cultura empresarial



La madurez de los programas de idiomas fomenta las prácticas de innovación

Las organizaciones con programas de idiomas muy maduros muestran una mayor capacidad de innovación tanto en su enfoque como en sus prácticas. Más del 80% de las empresas con un alto grado de madurez invierten en investigación y desarrollo, mientras que las empresas con un grado de madurez menor tienden a adoptar un enfoque reactivo ante los cambios del mercado.

El estudio de este año introdujo un indicador para evaluar hasta qué punto la innovación está extendida en toda la organización. Los resultados muestran que

los programas con un alto nivel de madurez también se asocian con una práctica de la innovación consistente a nivel corporativo, respaldada por iniciativas transversales y una responsabilidad claramente definida. Los programas maduros parecen proporcionar la infraestructura de comunicación y el lenguaje de trabajo compartido que permiten un intercambio de ideas eficaz y una mejor coordinación entre equipos globales.

“[El mayor impacto que ha tenido el aprendizaje de idiomas es] la mejora de la capacidad de innovación a través del intercambio desde múltiples perspectivas”

– Director general de una empresa de transporte y logística en Suecia con unos ingresos anuales superiores a 501 millones de dólares

FIGURE 7A

Aquellos que seleccionaron «Invertimos activamente en investigación y desarrollo (I+D) para crear o invertir en nuevos productos, servicios o procesos»

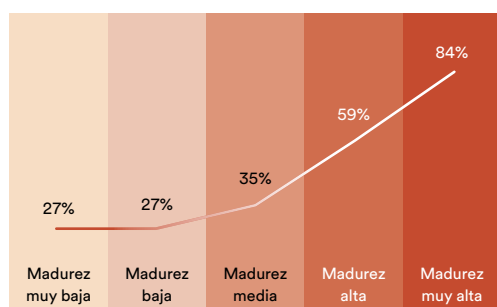
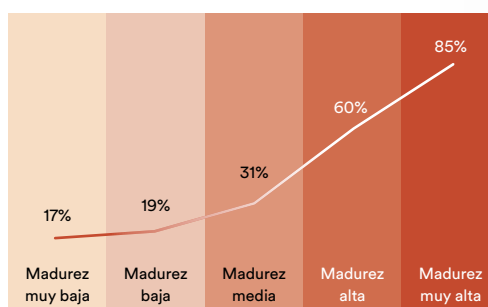


FIGURE 7B

Aquellos que seleccionaron «La innovación es una práctica constante en toda la organización, con iniciativas interfuncionales y una responsabilidad clara»



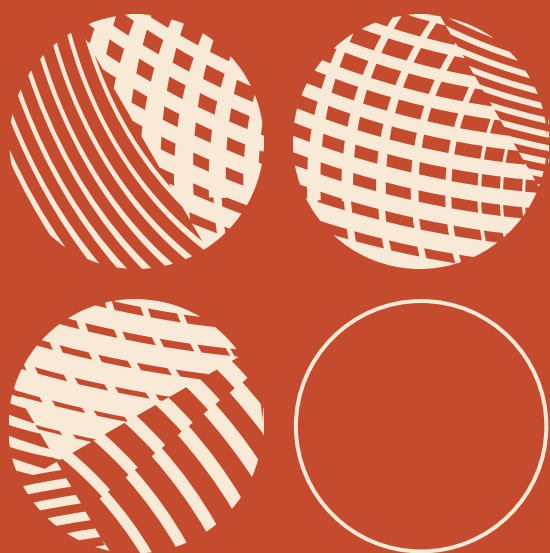
Las empresas con un alto grado de madurez invierten en investigación y desarrollo, mientras que las empresas con un menor grado de madurez tienden a adoptar un enfoque reactivo ante los cambios del mercado.

Las organizaciones con un mayor nivel de madurez también muestran comportamientos propios de culturas innovadoras dentro de sus programas de formación en idiomas. Revisan los contenidos con frecuencia, toman decisiones basadas en datos y adoptan nuevos métodos o tecnologías, incluido un uso más amplio de la IA en sus programas formativos. Estos hábitos reflejan una forma de trabajar que impulsa la mejora continua.

“Permite a los empleados desarrollarse, de modo que puedan ir a otros centros y traer ideas para mejorar el nuestro.”

– Director de una empresa manufacturera en Francia con más de 10.000 millones de dólares de ingresos anuales y más de 10.000 empleados





¿Qué características distinguen a los programas de madurez alta o muy alta?

Las conclusiones de las secciones anteriores ilustran una clara relación entre la madurez de los programas de idiomas y los resultados empresariales. En esta sección se examinan las características más estrechamente relacionadas con la alta madurez y cómo contribuyen a la eficacia de los programas.

El papel de la IA en el desarrollo de programas de madurez alta o muy alta

El estudio de este año examinó por primera vez el papel de la IA en los programas de idiomas corporativos. Los resultados muestran que la IA ya se ha convertido en una parte importante del ecosistema de aprendizaje, especialmente en los programas de idiomas maduros. Su adopción aumenta de forma constante en todos los niveles de madurez, y la IA totalmente implementada sigue concentrándose en los programas más avanzados.

Por su parte, la mayoría de las organizaciones con un nivel de madurez muy bajo no utilizan ninguna herramienta de IA o solo las utilizan en pequeñas pruebas o proyectos piloto. A pesar de ello, el tamaño de la empresa influye de

manera significativa en los niveles de adopción, ya que las empresas más grandes (más de 50.000 empleados) tienen el doble de probabilidades de declarar que no utilizan IA, en comparación con la media general, posiblemente debido a la complejidad que supone implementar la IA en todas las ubicaciones y para toda su plantilla.

Las funcionalidades de IA utilizadas también varían según el nivel de madurez. Las capacidades avanzadas de IA —como la práctica de conversación con IA, el análisis del habla y de la escritura, el feedback impulsado por IA y los itinerarios de aprendizaje personalizados— son más frecuentes en los programas con mayor nivel de madurez. El uso de estas funcionalidades puede contribuir a elevar el grado de madurez de los programas, al mejorar la personalización, así como los contenidos y la metodología formativa. De media, las organizaciones utilizan tres funciones de IA, lo que sugiere que, una vez que la IA se integra en el programa, su adopción suele ampliarse para incluir múltiples puntos de contacto dentro de la experiencia de aprendizaje.

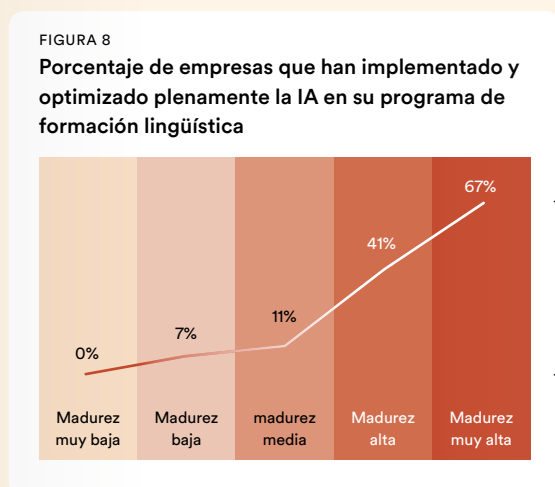
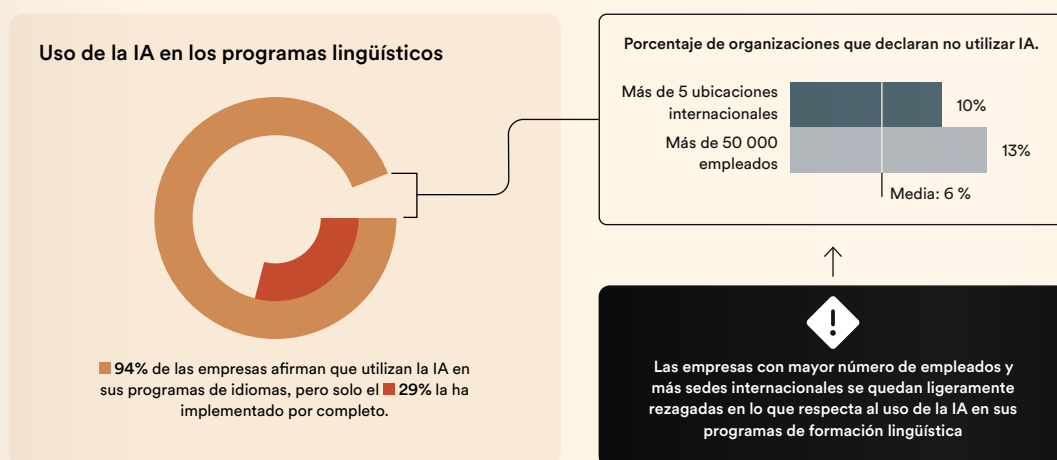
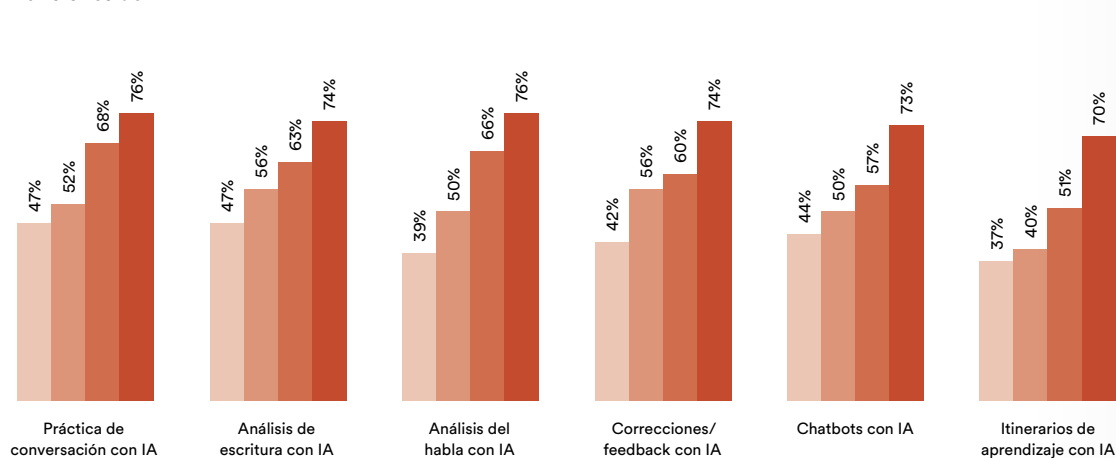


FIGURA 9

Porcentaje de empresas que utilizan actualmente esas funciones de IA



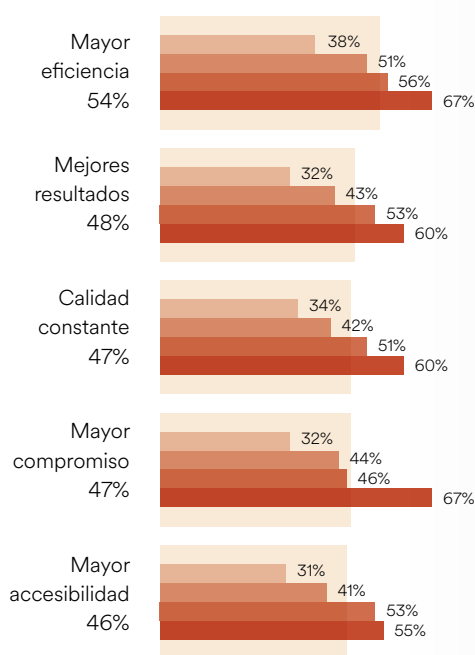
Nota: Los encuestados solo incluyen a aquellos que utilizan la IA al menos en algunas áreas de la formación (base 1138)

El impacto de la IA es ampliamente reconocido en toda la muestra, ya que el 99% de las organizaciones que utilizan IA informan de al menos un efecto positivo. Para las organizaciones con baja madurez, la reducción de costes aparece como el principal impacto, lo que indica que la IA se utiliza principalmente para reducir el gasto. En las organizaciones con mayor madurez, el énfasis se desplaza hacia la mejora de la eficiencia, un mayor compromiso, feedback más rápido y mejores resultados. Esto sugiere que aprovechar las características impactantes de la IA para mejorar la experiencia del alumno, en lugar de centrarse principalmente en la reducción de costes, es un factor importante para alcanzar niveles más altos de madurez del programa.

Aprovechar las potentes funciones de la IA para mejorar la experiencia del alumno, en lugar de centrarse principalmente en la reducción de costes, es un factor importante para alcanzar niveles más altos de madurez del programa

FIGURA 10

Los 5 principales impactos del uso de la IA en los programas de idiomas, en todos los niveles de madurez



Las organizaciones con un alto grado de madurez obtienen sistemáticamente mejores resultados gracias a una implementación más amplia de la IA

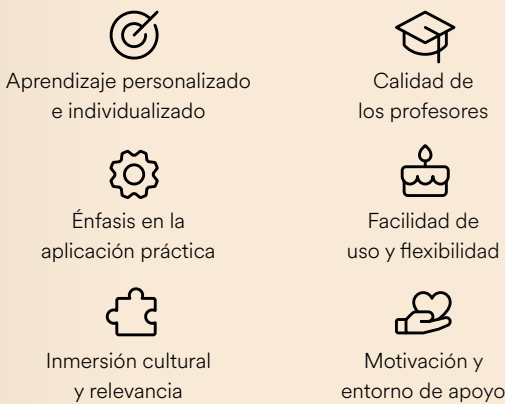
Una experiencia de aprendizaje personalizada

Este año, los responsables de RR.HH. volvieron a señalar el aprendizaje personalizado e individualizado como la característica más importante de un programa de formación lingüística, pero sigue siendo una de las menos implementadas. Solo el 37% de las organizaciones ofrece a cada empleado una experiencia personalizada basada en las necesidades de su departamento y sus necesidades individuales, así como en su estilo de aprendizaje. Esto supone un avance con respecto al año pasado, pero la mayoría de los programas siguen basándose en contenidos estandarizados.

Las grandes empresas tienen más probabilidades de haber implantado la personalización a gran escala. Entre las organizaciones con más de 50.000 empleados, la proporción que ofrece una experiencia personalizada para cada empleado se eleva hasta casi la mitad, lo que sugiere que una infraestructura de aprendizaje más sólida facilita diseños formativos más adaptados.

La IA está empezando a cerrar esta brecha para las organizaciones que la utilizan de forma eficaz. Entre las organizaciones con un nivel de madurez muy alto, el 5% afirma que la IA ha aumentado la personalización y el 61% afirma que permite obtener feedback más rápidamente y de manera personalizada. Estas cifras se reducen al 30% y al 33%, respectivamente, en el caso de los programas con un bajo nivel de madurez, lo que sugiere que el aprovechamiento de la IA para ofrecer experiencias de aprendizaje individualizadas ofrece a las organizaciones la oportunidad de avanzar en la escala de madurez.

Las características clave incluyen:



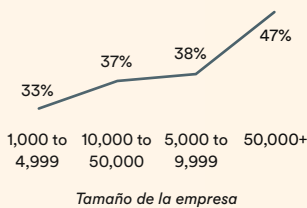
“Un programa de formación lingüística eficaz debe ofrecer un aprendizaje personalizado, práctica oral en tiempo real, retroalimentación inmediata, recursos multimodales y gamificación para mantener el interés”

– Director de una empresa de consultoría en Brasil con más de 501 millones de dólares de ingresos anuales y más de 50.000 empleados

FIGURA 11
Cómo personalizan las empresas su programa de idiomas



Empresas en las que cada empleado tiene una experiencia personalizada:



A medida que las empresas crecen en tamaño, es más probable que ofrezcan una experiencia personalizada a cada empleado en lo que respecta a su programa de idiomas.

Fluidez cultural y características avanzadas del programa

La fluidez cultural es un nuevo ámbito explorado en el estudio de este año, y los resultados muestran una clara relación con la madurez. A medida que aumenta la madurez del programa, las organizaciones tienden a hacer más hincapié en la conciencia cultural global como parte de su formación lingüística, mientras que las organizaciones con menor madurez tienden a hacer hincapié en el contexto local o en un enfoque mixto.

Se observa un patrón similar en relación con la expansión a nuevos mercados. Las empresas que se han expandido a varios mercados internacionales durante el último año tienen muchas más probabilidades de priorizar las competencias de comunicación global, en comparación con aquellas que no han experimentado expansión. Esto sugiere que una orientación global en la formación en idiomas y cultural favorece la preparación para abordar nuevos mercados.

Aprovechar funcionalidades más avanzadas refuerza este enfoque. Los programas maduros tienen mayor probabilidad de incorporar tutorías individuales, sesiones inmersivas y aprendizaje cultural. Estos elementos siguen siendo menos habituales en el conjunto de la muestra, lo que pone de relieve una oportunidad para las organizaciones que desean reforzar la relevancia práctica de sus programas y apoyar mejor a los equipos que acceden a nuevos mercados.

“Las características clave deben incluir sesiones interactivas e inmersivas para practicar la comunicación en el mundo real, junto con el aprendizaje cultural para comprender el contexto y los matices en el uso del lenguaje”

Ejecutivo de nivel C en una empresa manufacturera de los Emiratos Árabes Unidos con ingresos anuales superiores a 1.000 millones de dólares

FIGURA 12
Empresas con programas de idiomas que se centran principalmente en las habilidades de comunicación global y la conciencia cultural (en lugar de centrarse principalmente en la comunicación y la cultura locales)

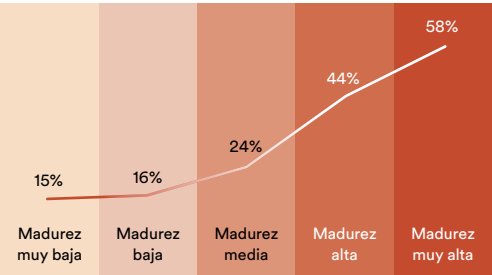
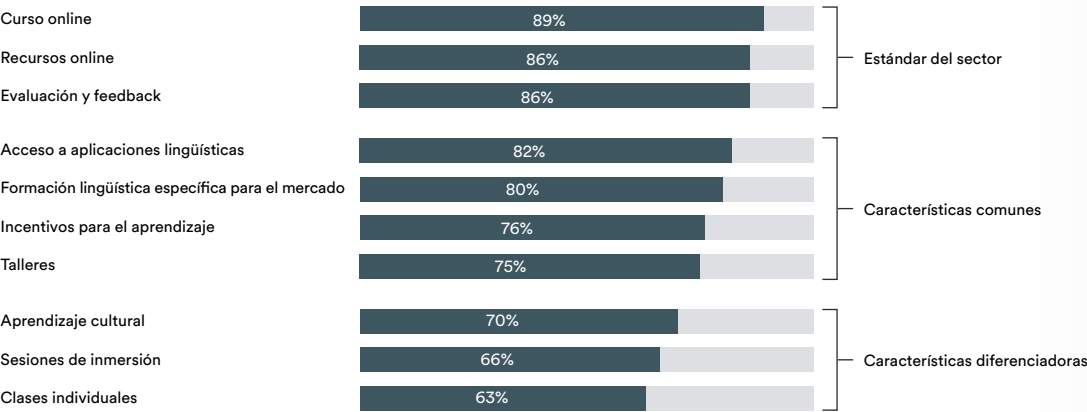


FIGURA 13
¿Qué características ofrece su programa de idiomas?



Revisión, medición y alineación con los objetivos empresariales

Los resultados de este año muestran que muchas organizaciones están siendo más intencionales en la gestión y el gobierno de sus programas de formación en idiomas, aunque aún persisten brechas importantes. Casi todas las empresas miden la eficacia de sus programas, generalmente a través de mejoras en el nivel de competencia lingüística de los empleados. Sin embargo, menos de la mitad comparan el coste del programa con los beneficios obtenidos.

Este desequilibrio sugiere que, aunque la medición se está convirtiendo en una práctica habitual, las organizaciones todavía tienen dificultades para vincular el aprendizaje de idiomas con resultados comerciales, como la eficiencia operativa, la relación con clientes o la reducción de errores. Reforzar esta conexión representa una oportunidad clara para que las empresas alcancen un mayor nivel de madurez en sus programas.

FIGURA 14
Cómo miden las empresas la eficacia de su programa de idiomas

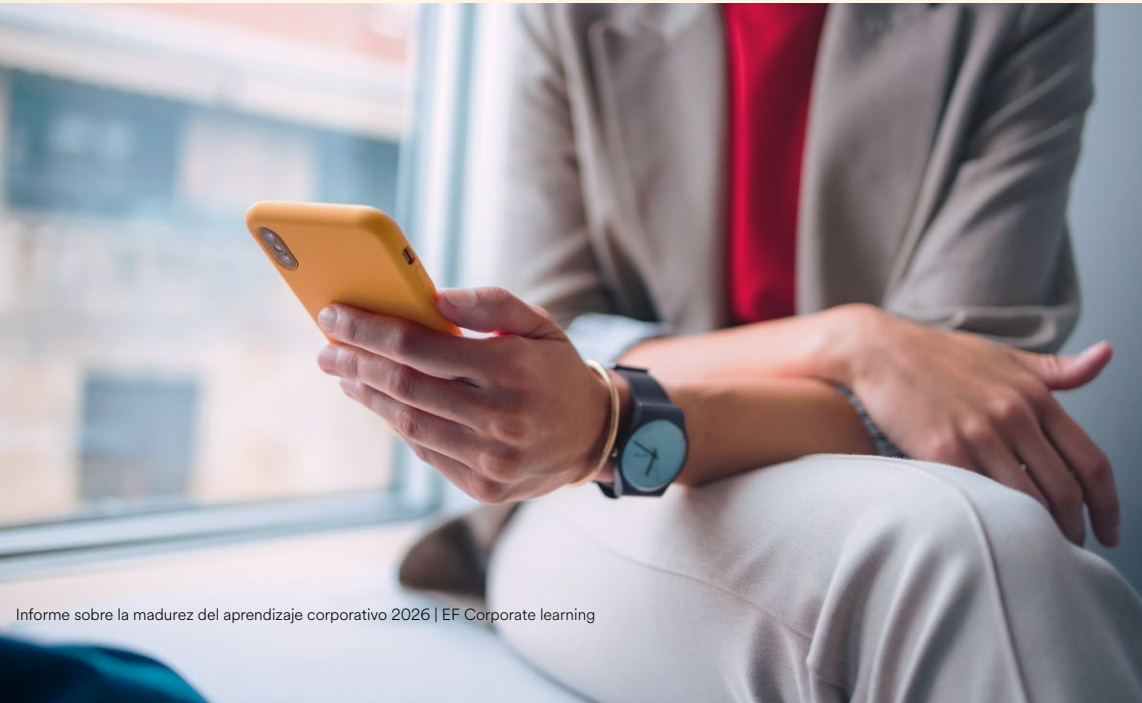
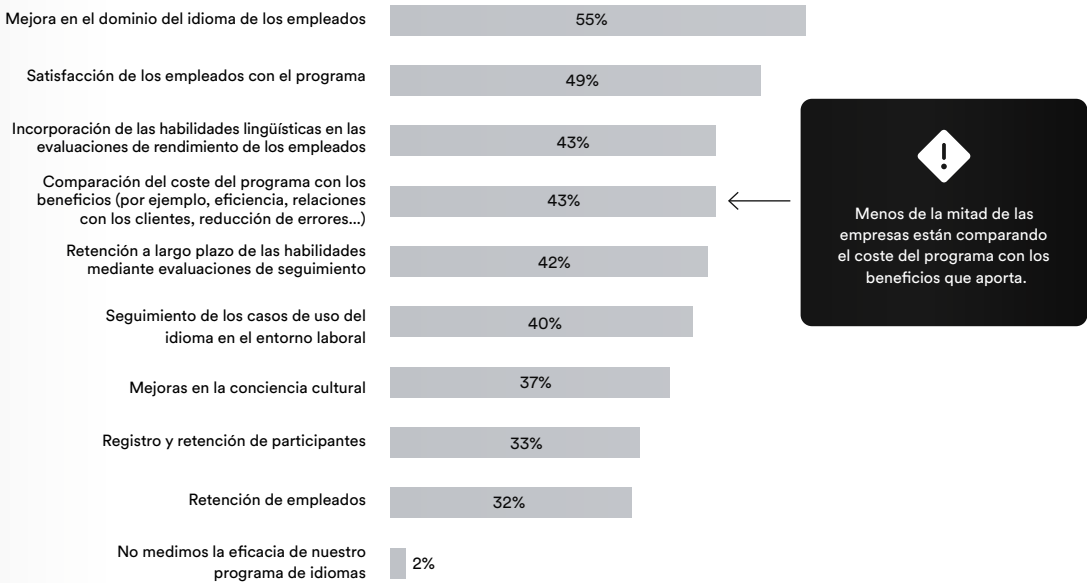
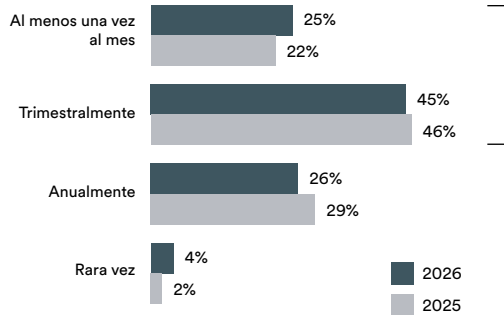
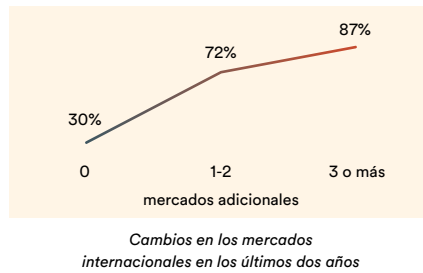


FIGURA 15

Frecuencia con la que las empresas revisan y actualizan su programa de idiomas:



Mostrando el cambio de las empresas en los mercados internacionales durante los últimos 2 años:



Los ciclos de revisión también están evolucionando. Más de dos tercios de las organizaciones revisan su programa de idiomas al menos una vez al trimestre, y la proporción de las que realizan revisiones mensuales ha aumentado desde el año pasado. Las empresas que se han expandido a múltiples mercados nuevos en los últimos dos años son especialmente propensas a revisar sus programas con frecuencia, lo que indica que la evaluación periódica ayuda a las organizaciones a adaptar las estrategias de aprendizaje a las nuevas demandas.

Las empresas que se han expandido a más mercados en los últimos dos años revisan su programa con más frecuencia que aquellas que han experimentado una menor expansión. La alineación con objetivos empresariales más amplios también está aumentando. La proporción de empresas que afirman que su programa está total o

parcialmente alineado con los objetivos empresariales ha aumentado del 79% al 84% este año. Este cambio puede estar contribuyendo al aumento general de la madurez, ya que una alineación más estrecha garantiza que el aprendizaje de idiomas respalde las prioridades comerciales en lugar de quedarse al margen de ellas.

Observamos un patrón similar con los objetivos de rendimiento de los empleados. Casi la mitad de las organizaciones clasifican ahora el aprendizaje de idiomas como un componente crucial de los objetivos de rendimiento. La alineación es especialmente pronunciada en las grandes empresas y en las empresas de rápido crecimiento, lo que sugiere que la capacidad lingüística se está convirtiendo en un elemento esencial de la planificación de la plantilla.

FIGURA 16

Grado de alineación del programa de idiomas de una empresa con sus objetivos

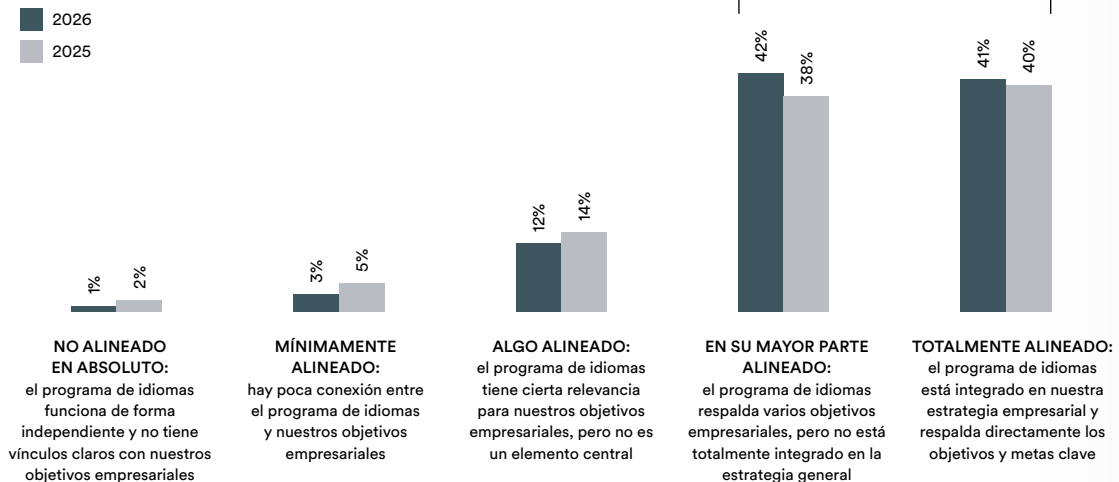
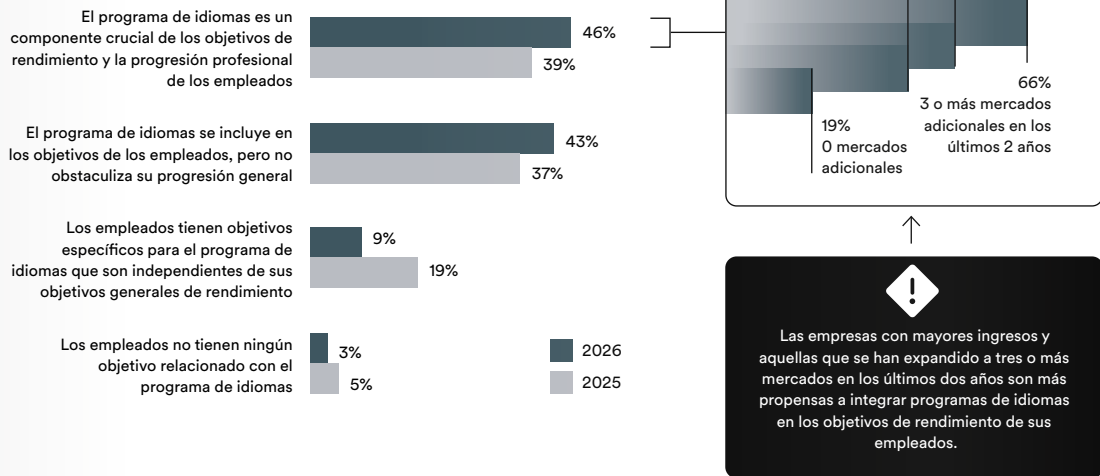


FIGURA 17

Grado de vinculación de los programas de idiomas con los objetivos de rendimiento





Conclusiones y recomendaciones

Conclusión

Los resultados de este año confirman el papel fundamental que desempeña la capacidad lingüística en el éxito de las organizaciones globales. Los resultados de este año confirman el papel central que desempeña la capacidad lingüística en el éxito de las organizaciones globales. Por ello, no resulta sorprendente que las empresas informen de una creciente necesidad de formación en idiomas en toda su plantilla, con un aumento medio del 10 % en la proporción de empleados que necesitan competencias lingüísticas para desempeñar eficazmente su trabajo en comparación con 2025.

Los resultados de 2026 refuerzan la idea de que, cuando las organizaciones invierten en el desarrollo de programas lingüísticos maduros, el impacto empresarial va mucho más allá de la mejora de la comunicación. Las organizaciones con un alto grado de madurez siguen superando a las demás en rentabilidad, expansión del mercado, innovación y compromiso de los empleados, y la diferencia en los márgenes de beneficio se amplía con el tiempo.

El estudio de este año aclara cómo las organizaciones avanzan hacia la madurez, con la personalización y la inteligencia artificial como oportunidades significativas para hacerlo. Los responsables de RR. HH. valoran muy positivamente la personalización, pero sigue estando infrutilizada, mientras que las organizaciones maduras son más propensas a aplicar la inteligencia artificial de forma que mejore el aprendizaje en lugar de limitarse a reducir costes. En conjunto, los resultados de este año ponen de relieve que la madurez de los programas de idiomas es tanto un indicador como un motor del éxito de las organizaciones.

«[El mayor impacto que ha tenido el aprendizaje de idiomas es] una mayor destreza y competencia en el sector en comparación con otros empleados con el mismo perfil o trayectoria profesional, una mayor capacidad de comunicación, una mayor capacidad para ver y comprender el entorno local y global, y un mayor desarrollo cognitivo para manejar tareas más complejas».

Director de una empresa manufacturera en México con más de 1.100 millones de dólares de ingresos anuales y más de 5.000 empleados

«[La formación lingüística] ha construido un puente que genera una conexión auténtica con el cliente. Ya no somos un «proveedor» que habla a través de una pantalla, sino un «socio» que puede comprenderlos y conectar con ellos en su propio idioma. Esa sensación de confianza es algo que ninguna táctica de marketing puede sustituir».

Gerente sénior de una empresa tecnológica en China con más de 1.100 millones de dólares de ingresos anuales



La proporción de empleados que necesitan competencias lingüísticas para desempeñar eficazmente su trabajo aumentó un 10 % en comparación con 2025

Recomendaciones: Puntos de acción para los responsables de RR.HH. y formación y desarrollo

Para que los responsables de RR.HH. y formación y desarrollo puedan sacar el máximo partido a sus programas de idiomas, estas son las principales recomendaciones basadas en las conclusiones de este informe:

#1

Aprovechar las funciones avanzadas de IA para reforzar la experiencia de aprendizaje

La mayoría de las organizaciones utilizan ahora la IA en cierta medida, pero no todas la han implementado de forma que mejore los resultados del aprendizaje. Priorizar las funciones de IA que se ajustan estrechamente a los objetivos del plan de estudios, como el análisis del habla que mide la longitud de las frases, el uso de vocabulario único, la precisión de la pronunciación y el progreso en relación con los objetivos de aprendizaje específicos de cada lección. Estas capacidades amplían las oportunidades de práctica y permiten obtener feedback con un nivel de detalle que va más allá de lo que el oído humano puede captar, especialmente en entornos de aprendizaje en grupo. Cuando la IA se implementa para mejorar la experiencia del alumno en lugar de simplemente reducir los costes, se convierte en un motor significativo de la madurez del programa.

#2

Diferenciar su programa mediante la personalización

La personalización sigue siendo la característica más valorada entre los responsables de RR. HH., pero solo una minoría de organizaciones la ofrece en la práctica. Incluso las medidas de personalización más modestas suponen un avance significativo en la escala de madurez. Trate la personalización como un componente estándar del diseño de su programa, en lugar de como una mejora reservada a grupos específicos de alumnos. La IA también se puede aprovechar para ofrecer una mayor personalización y comentarios adaptados a gran escala.

#3

Desarrollar fluidez cultural con una base global

Las organizaciones con un alto nivel de madurez ponen un mayor énfasis en las habilidades de comunicación global y en la conciencia cultural, y este enfoque está estrechamente vinculado a la expansión en los mercados. Complementar los programas con elementos diferenciadores —como tutorías individuales, aprendizaje cultural con enfoque global y talleres— puede aumentar la relevancia del aprendizaje en situaciones reales y desarrollar la conciencia intercultural como complemento a las competencias lingüísticas.

#4

Alinear la formación lingüística con la estrategia empresarial y los objetivos de rendimiento

Las organizaciones que vinculan sus programas de idiomas a los objetivos empresariales y a la planificación del rendimiento de los empleados obtienen sistemáticamente mejores resultados comerciales. Para maximizar el valor de la formación lingüística, intégreala en la estrategia empresarial para garantizar que respalde directamente los objetivos y metas clave, así como los objetivos de rendimiento y la progresión profesional de los empleados.

#5

Reforzar los ciclos de revisión y las métricas de retorno de la inversión

Las revisiones frecuentes son un sello distintivo de una mayor madurez. Intente realizar al menos revisiones trimestrales del rendimiento en relación con las necesidades estratégicas. Menos de la mitad de las organizaciones comparan el coste del programa con los beneficios, como la eficiencia, las relaciones con los clientes y la reducción de errores. Esto representa una oportunidad para desarrollar un caso de negocio más claro para la inversión y la mejora continua.

Acerca de este informe

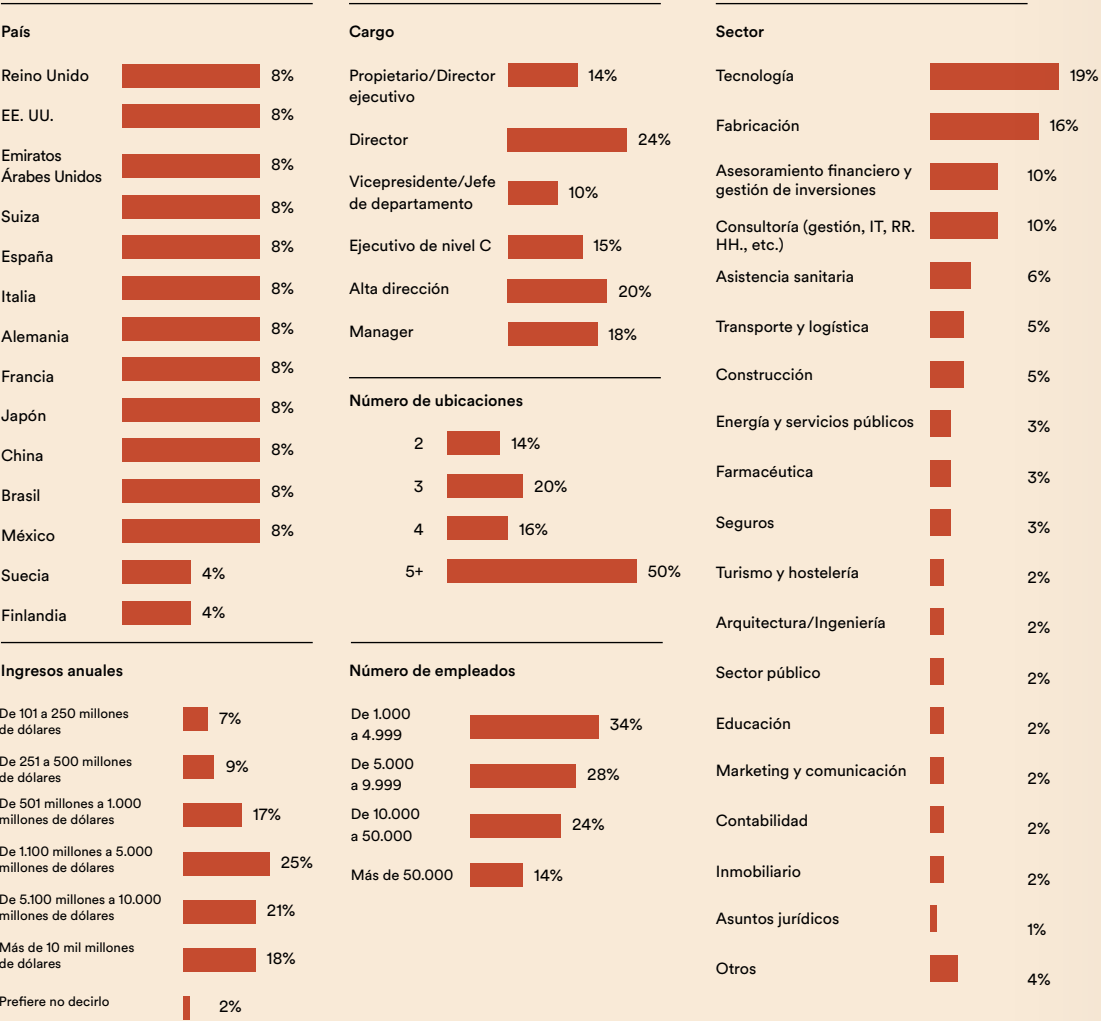
En otoño de 2025, EF Corporate Learning realizó una encuesta a 1.300 responsables de la toma de decisiones y personas influyentes en materia de formación y desarrollo y recursos humanos dentro de empresas internacionales con más de 1.000 empleados. El 66% de las organizaciones encuestadas emplean a más de 5.000 personas y el 81% tienen unos ingresos anuales superiores a 500 millones de dólares. El 63% de los encuestados ocupan puestos de alta dirección y el 100% de las empresas de la encuesta ofrecen algún tipo de formación lingüística a sus empleados.

Este informe se basa en la primera edición del Informe de madurez de EF Corporate Learning, publicado a principios de 2025. El objetivo de la investigación de este año era validar y profundizar en las conclusiones del modelo de

madurez del año pasado; realizar un seguimiento de los cambios interanuales en los resultados empresariales asociados a la madurez de los programas de idiomas; y ampliar el alcance del análisis para examinar áreas que han cobrado importancia estratégica, como la adopción de la inteligencia artificial, la personalización, la fluidez cultural y la innovación.

La muestra abarcó una amplia variedad de sectores industriales, con especial foco en Tecnología, Manufactura, Servicios Profesionales y Salud. La investigación se llevó a cabo en Brasil, China, Francia, Alemania, Italia, Japón, México, los países nórdicos, España, Suiza, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y Estados Unidos.

Datos demográficos de los encuestados



EF Corporate Learning es el primer y mayor proveedor mundial de formación lingüística corporativa. Desde 1965, hemos ofrecido formación lingüística a organizaciones, y más de 20 millones de estudiantes han sido formados online desde 1996. Nuestro legado y nuestra escala global son incomparables. Muchas de las más de 3.000 organizaciones multinacionales a las que servimos han sido nuestras socias durante más de 15 años, reportando un compromiso y un progreso en el aprendizaje tres veces mayor que con otros proveedores.

