

GUIA PRÁTICO

Como e por que **implementar** um **programa de idiomas** na sua empresa?

Guia desenvolvido

Com dados de **+30.000** **profissionais** dos maiores players do mercado!

Ao longo de 4 anos, obtivemos insights com os gestores de RH e T&D dos programas de idiomas desenvolvidos em parceria com clientes como Embraer, Nestlé, Santander Digital Services, ANP e Atento. Cada etapa deste guia reflete práticas e metodologias aplicadas em casos reais, alinhando o desenvolvimento linguístico aos objetivos estratégicos de setores diversos e promovendo uma comunicação global eficaz.



Nestlé



EMBRAER



Santander
Digital Services

ATENTO



Estudo de caso real feito com
mais de **100 clientes Lingopass**, como:

Setores

Aviação

Agronegócio

Educação

Finanças

Governo

Químico

Tecnologia

Outros

Departamentos

Administração

Customer Success

Estética

Engenharia

Financeiro

Hotelaria: Front and Back of House

Logística

Marketing

Produto

Recurso Humanos

Segurança

TI

Vendas

Outros

Índice

Introdução

Como e por que implementar um programa de idiomas na sua empresa? 03

Explora os benefícios e a necessidade de um programa de idiomas, considerando os desafios de comunicação no ambiente corporativo.

cenário 01 04

Empresa que não reconhece a necessidade de um programa de idiomas.

cenário 02 04

Empresa que reconhece a necessidade, mas não sabe como estruturar um programa eficaz.

cenário 03 05

Empresa com programa de idiomas, mas enfrenta dificuldades de engajamento e aplicação prática.

cenário 04 05

Empresa com programa de idiomas bem estruturado, alinhado aos objetivos organizacionais.

Guia prático

Como implementar um programa de idiomas na sua empresa? 06

Passo a passo para desenvolver um programa eficaz, alinhando as necessidades organizacionais ao desenvolvimento dos colaboradores.

passo 01 07

Identificação de necessidades: Mapeie as áreas da empresa que mais precisam de capacitação em idiomas.

passo 02 09

Definição de objetivos: Estabeleça metas claras, alinhadas aos objetivos estratégicos da empresa.

passo 03 11

Escolha de idiomas estratégicos: Selecione os idiomas mais relevantes com base nos mercados e parceiros.

passo 04 13

Estruturação do programa: Defina modalidades de ensino, metodologias e ferramentas que maximizem o aprendizado.

passo 05 15

Monitoramento e adaptação contínua: Acompanhe o progresso e ajuste o programa para garantir sua eficácia ao longo do tempo.

INTRODUÇÃO

Como e por que implementar um programa de idiomas na sua empresa?



A comunicação no ambiente corporativo é um desafio constante, especialmente à medida que as empresas crescem e enfrentam a necessidade de integrar novas habilidades. Implementar programas de capacitação é uma dessas necessidades, mas não é simples: um estudo da *McKinsey & Company* aponta que **70% dos processos de mudança** organizacional falham devido à falta de engajamento, metas indefinidas e ausência de métricas. Isso reflete diretamente a dificuldade que muitas empresas têm ao introduzir programas de idiomas, que melhoram a comunicação, produtividade e integração interna, mas enfrentam diferentes níveis de aceitação e execução.

Algumas empresas ainda não reconhecem a necessidade desse investimento, outras sabem que precisam, mas estão perdidas sobre como começar. Existem também aquelas que já têm um programa, mas lutam para manter os funcionários engajados. Por fim, há aquelas com estratégias bem definidas, que precisam constantemente adaptar seus programas para atender às novas demandas do mercado e dos colaboradores. Esses quatro perfis ilustram os diferentes desafios que as organizações enfrentam ao tentar implementar com sucesso um programa de idiomas — ou qualquer outro tipo de capacitação.

CENÁRIO 01



Empresa que **não reconhece** a necessidade de um programa de idiomas

Essas empresas geralmente estão concentradas em seu crescimento operacional e **não percebem a barreira linguística como um fator limitante**. Os colaboradores, em muitos casos, lidam com clientes ou fornecedores estrangeiros de forma improvisada, utilizando tradutores automáticos ou pedindo ajuda a colegas que possuem algum conhecimento do idioma. A ausência de um programa de idiomas formal pode gerar atrasos e falhas na comunicação, afetando a produtividade e a eficiência da equipe. Nessas empresas, iniciativas de capacitação em idiomas são raras ou inexistentes, com poucas tentativas de aprendizado informal.

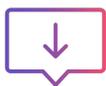
CENÁRIO 02



Empresa que reconhece a necessidade, mas **não sabe como implementar**

Essas organizações entendem que precisam melhorar a comunicação em diferentes idiomas, mas **não possuem clareza sobre como organizar** essa capacitação. Muitas vezes, oferecem aulas particulares a alguns colaboradores, como parte de um benefício corporativo, mas sem uma visão estratégica de quem realmente precisa ou como mensurar o impacto. Outras podem patrocinar cursos externos ou workshops pontuais, que, embora úteis, não garantem consistência no aprendizado entre toda a equipe. O desafio é integrar essas ações isoladas em um programa estruturado, com metas claras e monitoramento contínuo dos resultados.

CENÁRIO 03



Empresa com programa de idiomas com **baixo engajamento**

Aqui, a empresa já tomou a iniciativa de criar um programa formal de idiomas, mas enfrenta dificuldades em **envolver os colaboradores de maneira consistente**. Muitas vezes, o treinamento é oferecido de forma pouco flexível, sem considerar o nível de cada colaborador ou a relevância do conteúdo para o trabalho real. Outro problema comum é a falta de aplicação prática das habilidades adquiridas, onde os funcionários aprendem o idioma, mas não o utilizam no dia a dia. Além disso, algumas empresas oferecem cursos esporádicos ou acessos a plataformas de idiomas sem acompanhamento ou incentivo regular, o que resulta em baixa adesão. A solução pode incluir ações mais personalizadas e o incentivo ao uso do idioma em contextos de trabalho.

CENÁRIO 04



Empresa com programa de idiomas **bem estruturado e alinhado aos objetivos**

Essas empresas possuem uma gestão centralizada de programas de idiomas que vão além de simples aulas. Eles criam planos de capacitação com base nas **necessidades específicas das áreas da empresa** (como atendimento ao cliente, vendas, ou suporte técnico). O aprendizado é aplicado diretamente em atividades práticas, como reuniões, negociações e treinamentos internos. Além disso, o progresso dos funcionários é monitorado com avaliações periódicas e ajustes contínuos nos cursos oferecidos. O grande desafio é manter esse programa em constante evolução, ajustando-o às demandas de mercado e às mudanças nas atividades da empresa.

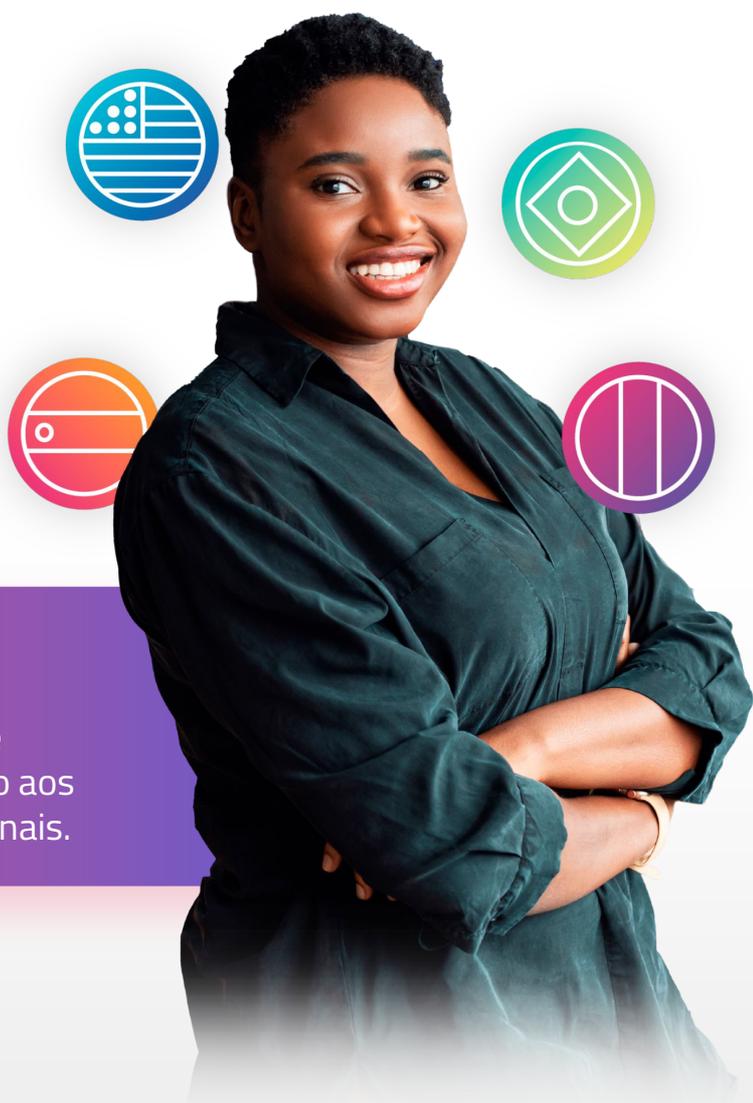
GUIA PRÁTICO

Como implementar um **programa de idiomas** na sua empresa

Implementar um programa de idiomas de forma eficaz requer um planejamento cuidadoso e uma abordagem estruturada para garantir que o aprendizado atenda às necessidades da empresa e de seus colaboradores.



Este guia prático segue **cinco passos essenciais** para criar um programa de idiomas robusto e alinhado aos seus objetivos organizacionais.



PASSO 1



Identificação de necessidades

Antes de iniciar qualquer tipo de treinamento, é fundamental entender as necessidades reais de sua equipe e organização. A identificação dessas demandas linguísticas é o ponto de partida para garantir que os recursos sejam direcionados de maneira eficiente. Um programa de idiomas que não leva em conta as reais necessidades pode gerar frustrações tanto para os colaboradores quanto para os gestores.



AUDITORIA INTERNA

Conduza uma auditoria para **mapear as áreas que mais precisam de capacitação linguística**. Na **Embraer**, essa auditoria destacou desafios específicos em áreas como Engenharia e Operações, onde a comunicação com parceiros internacionais é essencial para o sucesso dos projetos. Equipes de R&D e Logística, por exemplo, encontram dificuldades ao lidar com especificações técnicas com clientes e reguladores internacionais. Para mitigar essas dificuldades, o programa de idiomas foi aprimorado com treinamentos direcionados, incluindo módulos de negociação intercultural e workshops práticos como '*Negotiating Across Cultures*', permitindo que as equipes se comuniquem com precisão e eficiência em suas interações globais.

Além disso, a introdução do *Coach Bot Inteligente* fortalece a preparação dos gestores e líderes para ambientes de alto impacto, como reuniões e fóruns internacionais, ao oferecer simulações realistas, feedback em tempo real e orientações específicas para refinar suas habilidades de comunicação e adaptação cultural.



PESQUISA COM COLABORADORES

Crie um questionário que aborde tanto o nível de habilidade atual quanto as dificuldades percebidas pelos funcionários. Perguntas abertas sobre a experiência deles ao lidar com situações em que a barreira do idioma interfere na execução de suas tarefas diárias podem **fornecer informações valiosas**.



ENTREVISTAS COM LÍDERES E GESTORES

Converse com os líderes de diferentes departamentos para entender como a **falta de proficiência em um segundo idioma impacta o trabalho de suas equipes**. Na Embraer, entrevistas com gestores de suporte ao cliente e engenharia revelaram a necessidade de habilidades avançadas de comunicação intercultural para interações constantes com clientes e parceiros globais. Por exemplo, o time de suporte ao cliente frequentemente lida com solicitações técnicas de clientes de diversos países, e a falta de vocabulário específico gerava ruídos de comunicação e reduzia a satisfação do cliente. Em resposta, o programa foi ajustado para incluir workshops práticos de *'Effective Presentation Skills for International Audiences'* e *'Managing Intercultural Conflict in the Workplace'*, capacitando os colaboradores a comunicarem-se de forma clara e precisa em diferentes contextos interculturais.



OBSERVAÇÃO DO AMBIENTE DE TRABALHO

Preste atenção aos padrões de comunicação dentro da empresa. As dificuldades linguísticas podem aparecer em pequenas situações, como a necessidade constante de ajuda de colegas bilíngues, erros em traduções improvisadas ou lentidão no entendimento de materiais escritos.



TOME NOTA:



Um diagnóstico profundo garante que o programa de idiomas será direcionado para áreas de maior impacto, evitando desperdício de recursos em treinamento desnecessário. Isso também proporciona uma base para acompanhar a evolução posterior.

PASSO 2



Definição de objetivos

Definir objetivos claros é a chave para o sucesso de qualquer programa de idiomas. Cada setor da empresa pode ter diferentes expectativas e necessidades em relação ao uso de um novo idioma, e esses objetivos precisam ser alinhados aos resultados esperados pela organização.



FLUÊNCIA BÁSICA OU INTERMEDIÁRIA

Alguns colaboradores podem precisar de habilidades básicas para comunicação interna ou em situações simples, como leitura de documentos ou participação em conversas informais.



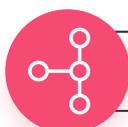
APERFEIÇOAMENTO PARA NEGOCIAÇÕES OU REUNIÕES

Em outras situações, o objetivo pode ser **capacitar a equipe** para conduzir negociações, participar de reuniões ou representar a empresa em eventos internacionais. Para isso, o treinamento deve incluir **simulações e práticas** voltadas ao vocabulário técnico e à clareza na comunicação profissional. No **caso da Nestlé**, o programa de idiomas foi ajustado para oferecer aprendizado prático com suporte específico e flexibilidade de horários, permitindo que o idioma se integre à rotina de cada colaborador. Os workshops temáticos e o atendimento personalizado com tutores experientes tornaram-se fundamentais para colaboradores que precisam interagir com colegas e clientes globais, melhorando a confiança para liderar reuniões e discussões estratégicas com times internacionais.



PREPARAÇÃO PARA CERTIFICAÇÕES

Algumas empresas buscam o reconhecimento formal da competência linguística dos colaboradores, promovendo **certificações** como TOEFL, IELTS ou DELE, usadas como metas para mensurar o progresso.



FOCO EM ÁREAS ESTRATÉGICAS

Empresas que planejam expandir suas operações ou fortalecer laços internacionais podem **definir objetivos estratégicos** alinhados a esses planos. Na Nestlé, o desenvolvimento linguístico é direcionado para áreas que exigem comunicação constante com parceiros globais, como o time de Procurement. Com o programa do Lingopass, esses colaboradores têm acesso a trilhas personalizadas em Inglês ou Espanhol, que abrangem vocabulário específico de compras, práticas de negociação e gestão de fornecedores. Esse treinamento capacita os profissionais a redigir e-mails com clareza, responder a consultas e fortalecer relações comerciais, além de aprimorar a compreensão da cadeia de suprimentos. Esse foco estratégico na capacitação linguística permite que a Nestlé opere com mais eficiência e confiança em mercados globais.



TOME NOTA:

Esses objetivos devem ser definidos com base nas expectativas da empresa a curto e longo prazo, criando uma conexão clara entre o desenvolvimento do colaborador e os resultados da organização.

PASSO 3



Escolha de idiomas estratégicos para o negócio

Selecionar os idiomas mais relevantes para o seu negócio é um passo fundamental. Nem todos os colaboradores precisam aprender o mesmo idioma, e essa escolha deve refletir os interesses estratégicos da organização. Os fatores que guiam essa decisão incluem:



MERCADOS-ALVO DA EMPRESA

Se sua empresa já opera ou pretende atuar em novos mercados, é essencial **escolher os idiomas** falados nestes locais. Na **Atento**, com sua forte atuação em serviços de CRM e BTO focados no mercado norte-americano, o Inglês tornou-se uma prioridade estratégica. Por meio do programa do Lingopass, os colaboradores da Atento recebem uma capacitação direcionada em Inglês, voltada para aprimorar a comunicação em um nível técnico e profissional adequado às exigências do setor. Com uma abordagem personalizada e orientada às necessidades específicas dos clientes dos Estados Unidos, o treinamento facilita a interação fluida e a colaboração eficiente, fortalecendo os relacionamentos comerciais e permitindo que a Atento se posicione de forma competitiva no mercado de nearshoring.



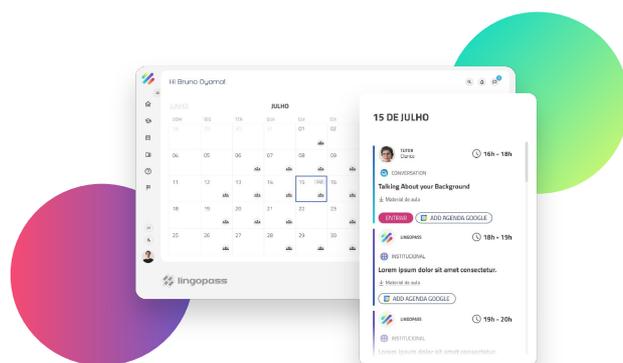
PARCEIROS E FORNECEDORES

Avalie com quais idiomas seus principais fornecedores e parceiros comerciais trabalham. **Facilitar a comunicação** com eles pode agilizar processos, evitar mal-entendidos e melhorar os prazos de entrega. Na Atento, os tutores especializados do Lingopass oferecem uma abordagem personalizada para desenvolver as habilidades linguísticas dos colaboradores de acordo com as necessidades de comunicação específicas dos parceiros, promovendo uma colaboração mais eficiente e precisa.



TENDÊNCIAS DO SETOR

Alguns setores têm padrões linguísticos globais, como o inglês na tecnologia ou no comércio internacional. **Identificar esses padrões** ajuda a direcionar o aprendizado para o que será mais útil no longo prazo.



TOME NOTA:



A escolha do idioma deve ser estratégica e orientada às necessidades específicas da empresa. Com a globalização, muitas empresas acabam se concentrando no inglês, mas o foco pode mudar conforme novas oportunidades de negócio surgem em outros mercados.

PASSO 4



ESTRUTURAÇÃO DO PROGRAMA

A estrutura do programa de idiomas deve ser cuidadosamente pensada para atender tanto às necessidades da empresa quanto as dos colaboradores. Isso envolve a escolha de ferramentas, metodologias e a forma de entrega do curso.



MODALIDADE DE ENSINO

Existem diversas opções de modalidades, como cursos presenciais, e-learning (online) ou híbridos. Em 2022, **o Santander Digital Services** firmou uma parceria com o Lingopass com o objetivo de capacitar seus colaboradores em Inglês, Espanhol e Português, aprimorando habilidades linguísticas essenciais para atender às demandas do setor financeiro globalizado e fornecer serviços de alta qualidade aos clientes internacionais. O programa foi estruturado com uma abordagem orientada a resultados, incluindo aulas ao vivo, workshops de conversação, gramática e escrita, além de atividades gamificadas. O formato e-learning permitiu que os colaboradores promovessem uma comunicação eficaz com clientes de diversas regiões e contribuiu para uma equipe mais preparada para o mercado global.



METODOLOGIAS DE ENSINO

Dependendo dos objetivos do programa, você pode **optar por metodologias mais tradicionais ou modernas**. Métodos focados em gramática podem ser úteis para quem precisa de uma base sólida, enquanto métodos comunicativos e imersivos são mais adequados para quem precisa desenvolver fluência rapidamente. Workshops práticos e role-playing (simulação de situações reais) são ótimos para áreas como vendas ou atendimento ao cliente.



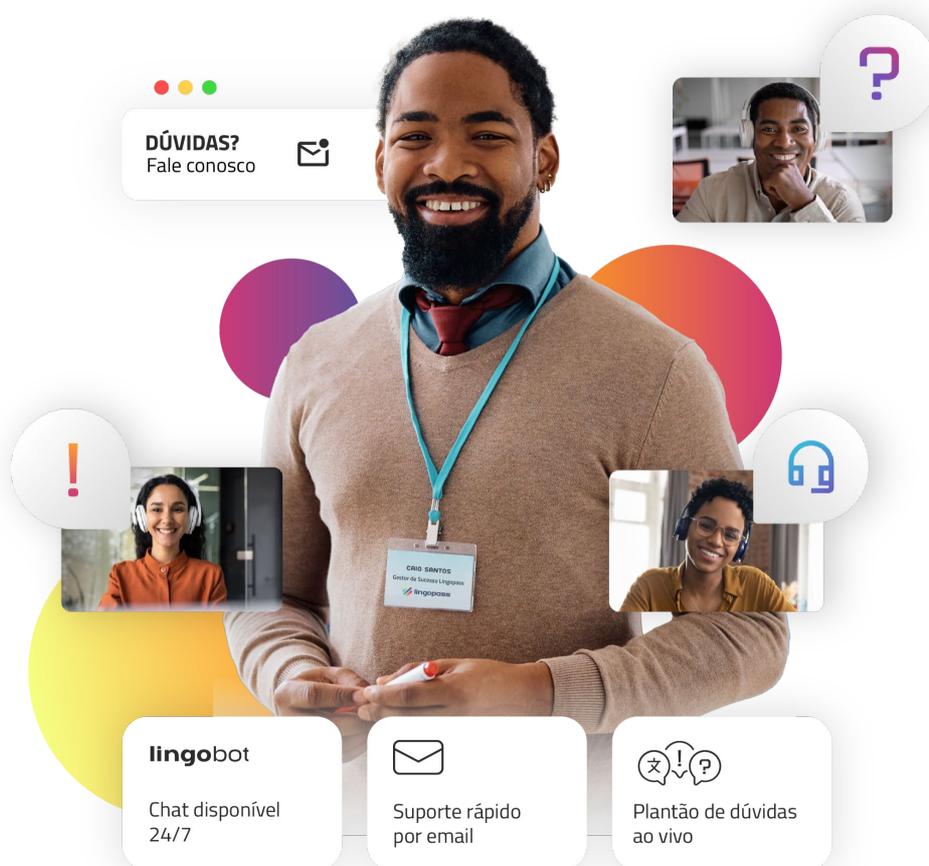
USO DE FERRAMENTAS DIGITAIS

O uso de **ferramentas digitais são um diferencial importante** para consolidar o aprendizado. No Santander Digital Services, o uso do Dashboard do gestor permitiu um acompanhamento em tempo real, oferecendo visibilidade sobre o progresso individual dos colaboradores, incluindo horas dedicadas ao estudo, níveis de proficiência alcançados, taxa de participação em aulas ao vivo e conclusão dos módulos na jornada de aprendizado. A plataforma, acessível 24/7 em múltiplos dispositivos, inclui *live conversation classes*, plantão de dúvidas diário, correção automática de atividades e suporte técnico, promovendo engajamento contínuo. Essa infraestrutura robusta garantiu que o programa fosse eficiente e alinhado aos objetivos estratégicos, gerando conexão interdepartamental e facilitando o atendimento através das atividades *scenario-based learning*.



CARGA HORÁRIA E FLEXIBILIDADE

Considere as agendas dos colaboradores ao definir a carga horária do curso. **Cursos muito longos podem causar desmotivação**, então é interessante dividir o aprendizado em blocos ou módulos. A flexibilidade também é importante para acomodar a rotina de trabalho sem sobrecarregar a equipe.



TOME NOTA:

Um programa bem estruturado aumenta as chances de adesão e engajamento dos colaboradores, facilitando o progresso e o alcance dos resultados desejados.

PASSO 5



MONITORAMENTO E ADAPTAÇÃO CONTÍNUA

A implementação do programa de idiomas não termina com o início das aulas. O monitoramento contínuo é essencial para garantir que os objetivos traçados sejam atingidos e para ajustar o curso conforme necessário.



KPIs (INDICADORES-CHAVE DE DESEMPENHO)

Definir métricas claras é essencial para acompanhar o progresso do programa e medir seu impacto nos colaboradores. Alguns exemplos de KPIs utilizados pela [Academia Nacional de Polícia \(ANP\)](#) incluem o número de servidores que alcançaram um determinado nível de fluência ao longo do curso, com 19% dos alunos da ANP atingindo níveis avançados de domínio (C1 e C2), o que reflete uma melhora na capacidade de comunicação interna e externa dos participantes. Além disso, o tempo necessário para que os servidores completem o curso também foi uma métrica importante, especialmente considerando que muitos alunos já registraram mais de 68 mil horas de estudo. Esses indicadores, somados a altas avaliações de satisfação (com um NPS classificado como "Muito Bom" e CSAT de "Excelente"), mostram o avanço significativo na competência linguística e o engajamento contínuo no programa.



AVALIAÇÕES PERIÓDICAS

Estabeleça avaliações regulares para medir o progresso dos colaboradores. Essas avaliações podem ser feitas por meio de testes de proficiência ou pela análise do desempenho em situações de trabalho reais, como atendimento ao cliente em outro idioma ou apresentação em reuniões internacionais.



FEEDBACK CONTÍNUO

Encoraje tanto os alunos quanto os gestores a fornecerem feedback constante sobre o programa. O feedback permite ajustes rápidos e eficientes na metodologia, conteúdo ou formato, garantindo que o programa atenda às expectativas de todos os envolvidos.





ADAPTAÇÕES AO LONGO DO TEMPO

O ambiente corporativo geralmente é dinâmico, e as **necessidades de idiomas** podem mudar com o tempo. O programa pensado para a **ANP** foi desenvolvido com flexibilidade para se adaptar ao modelo de programas para o governo, permitindo a inclusão de novos idiomas e a reorientação do foco do curso conforme missão, visão e valores da organização.

A ANP enfrenta uma variedade de situações em que a competência linguística é um recurso inestimável, abrangendo desde operações da Interpol, com foco nos idiomas Francês e Inglês, até o atendimento a estrangeiros.

Para responder a essas demandas, foram introduzidos recursos como dashboards atualizados, que permitem o monitoramento em tempo real do progresso e da assiduidade, além de workshops focados em escrita e gramática. Com a expansão planejada para incluir idiomas como o mandarim, o programa está preparado para evoluir junto com as necessidades da ANP, garantindo que os colaboradores estejam sempre prontos para responder aos desafios de um ambiente internacional cada vez mais exigente.



TOME NOTA:

A flexibilidade e o acompanhamento contínuo garantem que o programa de idiomas se mantenha relevante, eficaz e alinhado às necessidades da empresa e do mercado.

Pronto para elevar a comunicação da sua empresa a um **novo patamar**?

O programa de idiomas corporativo do Lingopass é feito sob medida para fortalecer suas equipes e abrir portas em mercados globais.

1

Solicite uma demonstração para sua empresa

2

Informe os colaboradores que terão acesso ao Lingopass

3

Lingopass enviará um email com dados de acesso

4

Colaborador realiza teste de nível e inicia jornada de aprendizado

5

Gestor da empresa acompanha progresso dos colaboradores



Acesse uma de nossas agendas pelo QR Code e inicie essa transformação com o Lingopass

Converse com um de nossos consultores acadêmicos e descubra como **podemos apoiar a sua organização**



lingopass



Obrigado! Thank you! ¡Gracias! Merci !