



UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tesis:

**IMPACTO DEL IDIOMA INGLES PARA LA COMPETITIVIDAD EN EL EGRESADO
DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN, PIMENTEL 2016.**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Autores

Alday Ramos Sheyla Melissa Noemí.

Romero Izquierdo Ayelen Milagros.

Asesor

QUIROZ TANTALEAN, ROOSEVELT JOOSSEPY.

Pimentel, 2016.

**IMPACTO DEL IDIOMA INGLES PARA LA COMPETITIVIDAD EN EL EGRESADO
DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPAN, PIMENTEL 2016.**

Mg. Quiroz Tantalean Roosevelt Joosepy.

Asesor metodólogo

Mg. Luis Santiago García Merino

Presidente del jurado de tesis

Lic. Sonia Vilchez Guzmán

Secretario del iurado de tesis

Mg. Mónica del Pilar Pintado Damián

Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

A Dios, quien me brinda la Fé, Fortaleza, salud y esperanza.

A mis Padres y Hermanos, que guían cada paso que doy, así mismo por el apoyo económico y moral para poder formarme como excelente profesional y terminar exitosamente esta tesis.

A mis docentes, que me apoyaron en todo momento para la culminación del presente proyecto. A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser.

Romero Izquierdo, Ayelen Milagros

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado Salud y Fortaleza para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis Padres y Hermano, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida y por su incondicional apoyo en todo momento.

A mis docentes, *por su gran apoyo y motivación para la culminación de mis estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.*

Alday Ramos, Sheyla Melissa Noemí

AGRADECIMIENTO

Le agradecemos a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le damos gracias a nuestros padres por apoyarnos en todo momento, por los valores que nos han inculcado y por habernos dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de nuestras vidas.

A nuestros hermanos por ser parte importante en nuestras vidas y por llenarnos de alegría y amor cuando más lo hemos necesitado.

A nuestro asesor de tesis por la orientación y ayuda que nos brindó para la realización de esta tesis, por su apoyo y amistad que nos permitieron aprender mucho más que lo estudiado en el proyecto.

A los Señores del Jurado Calificador de Tesis por sus orientaciones, interés y sabia dirección en la ejecución y culminación del presente estudio.

Los Autores

INDICE

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
INDICE	5
INDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1.Situación Problemática.....	15
1.1.1.Internacional	15
1.1.2.Nacional.....	16
1.1.3.Local	18
1.2.Formulación del problema	19
1.3.Justificación e importancia	19
1.4.Limitaciones de la Investigación	21
1.5.Objetivos de la investigación	22
CAPÍTULO II:MARCO TEÓRICO	23
2.1. Antecedentes de Estudios	23
Internacional	24
Nacional.....	30
Local	32
Estado del Arte	33
2.2.Bases Teóricas y Conceptuales.	34
2.2.3. Inglés.....	34
2.2.4. Competitividad.....	69
CAPÍTULO III:MARCO METODOLÓGICO.....	82
3.1. Tipo y diseño de la investigación	83
3.2. Población y muestra	83
3.3. Hipótesis	85
3.4. Variables.....	86

3.5. Cuadro de Operacionalizacion.....	87
3.6. Métodos, técnicas e instrumentos	88
3.6.1. Métodos de recolección de información	88
3.6.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	88
3.7. Procedimiento para la recolección de datos	89
3.8. Análisis estadístico e interpretación de datos	90
3.9. Principios éticos.....	92
3.10. Criterios de rigor científico	92
CAPÍTULO IV:	94
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	94
4.1.RESULTADOS DE TABLAS Y GRAFICOS.....	96
4.2. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	132
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE LA INVESTIGACION.....	140
5.1. Tipo de propuesta	140
5.2. Resumen Ejecutivo	141
5.3. Formulación de la propuesta.	141
CAPÍTULO VI:CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	154
CONCLUSIONES.....	155
RECOMENDACIONES.	156
REFERENCIAS.....	156
ANEXOS.....	168

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Niveles Comunes de Referencia, Escala Global.	48
Tabla 2: Significado del dominio del vocabulario	63
Tabla 3: Correlación Gramatical	65
Tabla 4: Adecuación Sociolingüística.	67
Tabla 5: Factores Limitantes al desarrollo de la competitividad	71
Tabla 6: Factores Competitivos	71
Tabla 7: Población Ocupada con Empleo informal por sexo, según nivel educativo 2008 y 2013.	74
Tabla 8: Estratificación del Mercado de Trabajo.....	77
Tabla 9: Población en empleo informal, según principales características 2008 y 2013.....	79
Tabla 10: Prueba estadística CHI-CUADRADO	86
Tabla 11: La importancia de Idioma Ingles.	96
Tabla 12: Nivel del Idioma Ingles.....	97
Tabla 13: Aportación del Idioma Ingles.....	98
Tabla 14: En el centro laboral, un requisito es el Idioma Ingles.....	99
Tabla 15: El Idioma inglés como Valor agregado.	100
Tabla 16: El Idioma Inglés y la competitividad.....	101
Tabla 17: Idioma Ingles	102
Tabla 18: En la malla curricular se debería incluir el Idioma Ingles.	103
Tabla 19: Plaza en el área de Negocios Internacionales.....	104
Tabla 20: Temas relacionados al Idioma Ingles.	105
Tabla 25: Exigencia a los Trabajadores de N.I. saber el idioma Ingles.	108
Tabla 26: Dominio en el Idioma Ingles.....	109
Tabla 27: Nivel del Idioma Ingles.....	110
Tabla 28: La necesidad del Idioma Inglés en la contratación.	111
Tabla 29: Formación del Idioma Ingles.....	112
Tabla 30: Idioma Ingles valor agregado en la vida laboral.....	113
Tabla 31: El Idioma Ingles y la competitividad.....	114
Tabla 32: Dominio del Idioma Ingles.....	115
Tabla 33: Influencia del Idioma Ingles	116
Tabla 34: Normas del Estado Peruano.....	117
Tabla 35: Conocimiento del Idioma Ingles para el profesional	118
Tabla 36: Nivel de colaboración del estado Peruano.....	119
Tabla 37: Necesario tener Idioma ingles	120
Tabla 38: Competencia alta en el idioma Ingles para el desarrollo profesional..	121
Tabla 39: Nivel del Idioma Ingles que debe tener el egresado.	122
Tabla 40: Cualidades recomendadas por las entidades.	123

Tabla 41: Ingles en el Egresado de Negocios Internacionales	132
Tabla 42: Competitividad en las Empresas e Instituciones.....	132
Tabla 43: Nivel de inglés que requieren las empresas exportadoras, importadoras e instituciones Lambayecanos en el egresado	136
Tabla 44: Importancia y el dominio del Idioma Ingles	136
Tabla 45: Competitividad en el egresado	137
Tabla 46: Estructura del examen BULATS	147
Tabla 47: Escala de Niveles de la valoración del idioma ingles (BULATS).	148

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Enfoque lingüístico	35
Figura 2: Niveles de la competitividad en idioma Ingles	46
Figura 3: Escala del dominio del idioma ingles	47
Figura 4: La importancia del idioma Ingles.	96
Figura 5: Nivel del Idioma Ingles	97
Figura 6: Aportación del Idioma Ingles.	98
Figura 7: En el centro Laboral, un requisito es el Idioma Ingles.	99
Figura 8: El idioma Ingles como Valor Agregado.....	100
Figura 9: El Idioma Ingles y la competitividad.....	101
Figura 10: Idioma Ingles	102
Figura 11: en la malla curricular se debería incluir el idioma inglés.....	103
Figura 12: Plaza en el Área de Negocios Internacionales.	104
Figura 13: Temas relacionados al Idioma Ingles	105
Figura 14: Funciones del N.I. están relacionados con el Idioma Ingles.	106
Figura 15: Cualidades del trabajador de N.I.	106
Figura 16: Perfil que desea la empresa	107
Figura 17: Características de un trabajador del Comercio Exterior.	107
Figura 18: Exigencia a los trabajadores de N.I. saber el Idioma Ingles.	108
Figura 19: Dominio en el Idioma Ingles	109
Figura 20: Dominio del Idioma Ingles	110
Figura 21: La necesidad del Idioma Inglés en la contratación.	111
Figura 22: Formación del Idioma Ingles.....	112
Figura 23: Idioma Ingles valor agregado en la vida laboral.	113
Figura 24: El Idioma Ingles y la competitividad.....	114
Figura 25: Dominio del idioma Ingles.....	115
Figura 26: Influencia del Idioma Ingles	116
Figura 27: Normas del Estado Peruano.....	117
Figura 28: Conocimiento del Idioma Ingles para el profesional	118
Figura 29: Nivel de colaboración del estado peruano.....	119
Figura 30: Necesario Tener Idioma Ingles.....	120
Figura 31: Competencia alta en el idioma Ingles para el desarrollo profesional.	121
Figura 32: Nivel del Idioma Ingles que debe tener el egresado.....	122
Figura 33: Cualidades recomendadas por las entidades.....	123
Figura 34: Síntesis Grafica de la Propuesta	142
Figura 35: Funciones y Actividades de la Gestión de los recursos humanos	142

RESUMEN

La necesidad que hay de aprender a determinar cuál es el Impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la escuela de negocios internacionales de la universidad señor de Sipán, Pimentel 2016, nos ayudara a identificar el requerimiento de competencias requeridas por las empresas del departamento de Lambayeque en los egresados, analizando las competencias Lingüísticas – comunicativas y proponiendo métodos estrategias de competitividad y perfil para el egresado, la cual resolverá una de las competencias básicas que debe desarrollarse en nuestra población en general y en nuestros empresarios en particular, para desarrollar la habilidad de conversaciones y negocios en inglés, para identificar la carencia de un nivel de inglés dentro de los Negocios Internacionales.

El dominio del inglés dentro de los egresados de la Escuela de Negocios Internacionales en la Región Lambayecana, en general es un asunto de vital interés y económico dado que es una región pluricultural, y uno de los ejes de comercios más grandes del Perú. Lo más importante en el nuevo año es aprender estrategias válidas internacionalmente y tenerlas como referentes en el proceso de implantación del idioma inglés en la escuela de Negocios Internacionales en la Universidad Señor de Sipán en la Región Lambayeque.

ABSTRACT

The need to learn how to determine the impact of the English language for competitiveness in the graduate of the international business school of the university Mr. de Sipán, Pimentel 2016, will help us to identify the requirement of competencies required by the companies of the Department of Lambayeque in the graduates, analyzing the Linguistic - communicative competences and proposing methods strategies of competitiveness and profile for the graduate, which will solve one of the basic competences that must be developed in our population in general and in our entrepreneurs in particular, to develop The ability of conversations and business in English, to identify the lack of an English level in the International Business.

English proficiency among graduates of the International business school in the Lambayeque Region is generally a matter of vital and economic interest given that it is a multicultural region, and one of the largest trade hubs in Peru. The most important thing in the New Year is to learn internationally valid strategies and have them as referents in the process of implementing the English language in the International Business School at the Señor de Sipán University in the Lambayeque Region.

INTRODUCCIÓN

El dominio de idiomas es fundamental hoy en día, especialmente el inglés, dado que es la lengua internacional por excelencia. Hablar idiomas, al menos una segunda lengua además de la nativa, ya no es una apuesta de futuro sino que es imprescindible para el presente, el inglés sigue siendo el rey en el mundo de los negocios.

La globalización, sobre todo económico y tecnológico, ha consolidado el inglés como idioma universal en el ámbito empresarial. Las organizaciones han ampliado su área geográfica de influencia y necesitan equipos multilingües para hacer negocios en otros países, para abrirse a proveedores y clientes internacionales, para coordinar sus propias sedes o delegaciones y a nivel de funcionamiento interno. En todos estos casos, el inglés se impone ante el resto de idiomas e incluso puede llegar a condicionar la supervivencia de un negocio.

Es por ello que esta investigación descriptiva, se basa en ver cuál es el impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la escuela de negocios internacionales de la universidad señor de Sipán, Pimentel 2016; el cual intenta exponer la creciente importancia del idioma inglés en el ámbito laboral y profesional basada en la progresiva internacionalización de los negocios en Perú y en los nuevos procesos de globalización que involucran a nuestro país y que han creado la necesidad de un idioma común internacional para los negocios.

Esta investigación es de gran interés para diferentes segmentos de la población, como egresados y futuros egresados de programas relacionados con áreas de los negocios internacionales de Perú, ya que resalta la importancia de obtener una mejor preparación académica y profesional, que incluya el idioma inglés como lengua extranjero debido a la hegemonía de este idioma en los ámbitos de las negociaciones internacionales. Los cuales se podrían afirmar que si mejoráramos nuestras competencias comunicativas en este idioma, el número de beneficiados sería mayor.

Del mismo modo, se considera que esta investigación también es de gran interés para las universidades de la ciudad de Lambayeque porque crea conciencia sobre la importancia de aumentar los esfuerzos en pro de mejorar las habilidades comunicativas

en el idioma inglés para la competitividad de los egresados de programas relacionados con áreas del comercio Exterior del país, con el fin de lograr profesionales más competitivos, que tengan una diferenciación en el mercado y que poseen habilidades que les permita la inserción y adaptación en el mercado laboral actual.

Nuestra pretensión en este estudio es dar una visión general del inglés; el impacto y la competitividad como lengua de uso internacional dentro de los Negocios Internacionales, tratando de destacar los puntos relevantes que ayuden a relevar de forma objetivo la revelación de la lengua inglesa en todo el mundo, presentando en especial atención a su papel en el mundo empresarial, y especialmente en la industria castellanense.

**CAPÍTULO I:
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

1.1. Situación Problemática

1.1.1. Internacional

El inglés es un idioma importante en el mundo, pero existe una dificultad de comunicación entre personas de diferentes países del mundo, generada por el idioma. Un mundo cuyo comercio es cada vez más globalizado y que se expande con mayor rapidez e involucra a las personas en la internacionalización de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos políticos-culturales. Adicionalmente, la inserción de Perú y sus empresas en el comercio Internacional, continuo aumentando y al firmarse el Tratado de Libre Comercio con otros países, la cantidad de negocios a ser realizados con empresas de esos países, deberá aumentar de forma casi geométrica. Por ello, una de las competencias básicas que debe desarrollarse en nuestra población en general y en nuestros empresarios en particular, es la habilidad para desarrollar conversaciones y negocios en inglés, cito Catherine León Manjarrez (2013).

Hablar en varios idiomas se ha convertido en una demanda constante en el sector laboral y académico en estos días. Sobre todo en estos tiempos de globalización, donde la comunicación y los negocios entre países son cada vez más frecuentes. Una de las competencias básicas que se ha ido desarrollando es la habilidad para hablar el inglés, pues está cada vez más a la orden del día, siendo un requisito al nivel mundial, la manera para hacer Comercio Internacional. Y es que el inglés es el idioma que rige el mundo a la hora de hacer negocios, citó el diario Universia España (2014).

La carencia de un nivel de inglés dentro de los Negocios Internacionales, supone una enorme desventaja e incluso la imposibilidad de establecer tales relaciones. En el estudio "manifiesto a favor de los idiomas", el documento recibió el apoyo de las Cámaras de Comercio Británicas (BCC, por sus siglas en inglés) que, recuerda The Observer, en 2012 encontró en una encuesta que 61% de empresas que no exportan, pero eran propensas a considerar comerciar internacionalmente, no lo hicieron por la falta de conocimiento de otros idiomas. Incluso el 70% de los exportadores reconoció no tener el conocimiento de la lengua del país en el que operan, citó el diario The Guardián (2013). Y la solución más

habitual a estos problemas es la contratación de un intérprete externo a la empresa, sin embargo pocos intérpretes están especializados en este tipo de tecnicismos legales y comerciales, por lo que cada vez más empresas optan por la opción de instruir a sus propios trabajadores en el inglés específico requerido para sus negocios. En el mundo dicha carencia de competitividad en el idioma inglés se ve repercutida dentro del comercio Internacional, poniendo así mucho más énfasis en este tema para su desarrollo continuo del trabajador o estudiante dando más oportunidad y apertura al tema en debate, poniendo como ejemplo a muchas entidades mundiales, las cuales dan apoyo a dicha cultura de aprender a negociar haciendo uso del adecuado idioma universal el inglés.

El desvanecimiento de las fronteras y la perspectiva de un mundo interdependiente se ha convertido en un incentivo para que las nuevas generaciones traten de aprender y asimilar otras culturas, por afición, pero también por necesidad, pues hablar varias lenguas y moverse con desenvoltura en culturas diferentes es una credencial valiosísima para el éxito profesional en el tiempo Vargas, M (2015).

Una dificultad de comunicación entre personas de diferentes países del mundo es generada por el idioma. Un mundo cuyo comercio es cada vez más globalizado y que se expande con mayor rapidez e involucra a las personas en la internacionalización de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos político – Culturales. Más aun la inserción del Perú y sus empresas en el comercio Internacional, continúa aumentando y al firmarse muchos Tratados de Libre comercio con diferentes países, la cantidad de negocios a ser realizados con las empresas, deberá aumentar de forma casi perfecta. Por ello, una de las competencias básicas que debe desarrollarse en la población Peruana y en los empresarios particular, es la habilidad para desarrollar conversaciones y negocios en inglés. Mejorar el dominio del inglés dentro de la población general es un asunto de vital interés y económico. "Una economía simplemente no podría sobrevivir en este ámbito sin tener esa competencia", Ngan Tran (2015).

1.1.2. Nacional

En el mundo en desarrollo, como América Latina, parte de la política económica incluye la implementación de sistemas educativos para subir el nivel del inglés de la población general, la falta de idiomas tiene un coste muy alto en un escenario global en donde no basta ser capaz de ofrecer un producto o servicio de calidad: es necesario contar con las herramientas para hacérselo entender al potencial cliente. Este es un problema bastante extendido en nuestro país, pero no es desde luego el único lugar en el que esto pasa – varios sistemas educativos alrededor del mundo coinciden en arrojar resultados más bien decepcionantes en la preparación en idiomas; más aún, el aprendizaje de lenguas europeas, la opción más tradicional y rentable actualmente, tiene una importancia desproporcionada frente a lenguas con mayor número de hablantes, y utilizadas en las economías próximas a posicionarse entre los primeros puestos de la clasificación mundial cito Raquel A, Rita G, Juan S. (2010).

La sociedad Peruana debe mentalizarse de que el conocimiento del inglés es una de las herramientas más útiles y necesarias a la hora de establecer negocios internacionales. De acuerdo al estudio que lanza la organización privada EF English Proficiency Index (EF EPI) el Índice del dominio del inglés del 2015, muestra que el Perú es el tercero de los países que se encuentra en el nivel bajo, con una participación de 52,46% en el ranking mundial más grande según su dominio del Inglés en América Latina, citó Ngan Tran (2015).

De acuerdo a esta era, en que la tecnología avanza cada día más, los requisitos necesarios para adoptar un empleo en Perú se vuelven cada vez mayores, actualmente no basta con optar un título universitario, sino que es necesario el saber inglés, el cual es uno de los idiomas más hablados en el mundo. Y es que muchas entidades Peruanas reconocen que encuentran barreras a la hora de comunicarse con sus clientes potenciales en el idioma inglés y muchos más cuando se tratan de hacer negocios Internacionales por la falta de competitividad y compromiso de las entidades peruanas de poder mejorar. Mejorar el dominio del inglés dentro de la población Lambayecana en general es un asunto de vital interés y económico dado que es una región pluricultural, y uno de los ejes de

comercios más grandes del Perú, cito Instituto Nacional de Planeamiento de la educación, (2000).

1.1.3. Local

Lo más importante en el nuevo año es aprender estrategias válidas internacionalmente y tenerlas como referentes en el proceso de implantación del idioma inglés en las escuelas públicas en Lambayeque.

En Lambayeque, se viene preparando a través del Ministerio de Educación del Perú (MINEDU) el reglamento para implementar el Plan Nacional de Inglés en las escuelas públicas, cuya finalidad es lograr que los alumnos desarrollen la competencia comunicativa del Idioma inglés y egresen con un buen nivel de acuerdo al Marco de Referencia Europeo, de modo que los alumnos y alumnas puedan integrarse al Mundo Globalizado y ser más competitivos. Gobierno Regional de Lambayeque (2015).

Por lo tanto al nivel superior en cuanto a los negocios Internacionales se puede ver que en Lambayeque hay un déficit de conocimiento del idioma Inglés, puesto que las diversas universidades u institutos no ofrecen en su malla curricular una adecuada instrucción académica. A sí mismo es un hecho que hay una relación estrecha entre el aprendizaje de idiomas y los factores afectivos entre las cuales se tiene la motivación y al interés como determinante en el éxito o fracaso de los estudiantes. No se pretende afirmar que exista falta de motivación, pues ese punto de vista daría un sesgo negativo al trabajo de investigación, si no se quiere encontrar hasta qué punto el alumno se siente motivado y aprende la importancia del estudio de las lenguas extranjeras, específicamente del idioma inglés en su desarrollo profesional, así como en su desarrollo integral. Otro de los puntos a tomar es la importancia que tiene el hecho de que el alumno compare su propio entorno cultural con el de otro país y así sea consciente de la divisibilidad que existe en el mundo. Concientizar al alumno que las compañías están buscando contar en sus filas con personas que puedan mantener una conversación con representantes extranjeros, realizar presentaciones e incluso viajar a países de habla inglesa para cerrar alianzas

laborales, sin que el idioma sea un impedimento. Ya no sólo importa el los conocimientos netamente académicos, manejar otras lenguas, en especial el inglés es considerado un valor agregado, cito Robert Half, (2014).

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la escuela de negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel 2016?

Variable Independiente:

Impacto del Idioma Inglés.

Variable Dependiente:

La competitividad en el egresado de la escuela de negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel 2016.

Delimitación:

Se encuentra poca bibliografía actualizada y que sea adecuada a la realidad nacional y regional.

La investigación se llevara a cabo para la Universidad Señor de Sipán y cuenta con los instrumentos básicos para realizar dicho estudio.

El estudio se enfoca al impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel 2016.

Este estudio se llevara a cabo a las empresas vinculadas al comercio internacional públicas y privadas en la Región Lambayeque.

1.3. Justificación e importancia

Justificación Teórica

El propósito del presente estudio es generar reflexión, analizar las razones por las cuales los estudiantes de la especialidad de Negocios Internacionales de universidad señor de Sipán no son competitivos en el manejo del idioma Inglés en los negocios Internacionales, y el porqué de la importancia de dicho idioma, para que él estudiante

logre desarrollarse como buen profesional, obtener un buen empleo de trabajo. Es Por ello que se ayudará a analizar las partes del problema para poder comprender de mejor manera y lograr conocer las causas que generan la falta de competitividad pudiendo determinar los efectos positivos y negativos al aplicar las herramientas necesarias para determinar el conocimiento del idioma inglés en los estudiantes y poder plantear alternativas de solución.

Justificación social y Académica.

El propósito del presente estudio es la Necesidad que los alumnos egresados de la carrera Negocios Internacionales de la universidad señor de Sipán dominen el idioma inglés, para lograr ser competitivos en el campo laborar. El cumplimiento de este objetivo exige que la escuela de negocios internacionales ponga en práctica una estrategia obteniendo profesionales competentes en la carrera de Negocios Internacionales.

En los últimos años se han podido notar que el nivel de idioma inglés en los egresados no es tan eficaz ya que no se da la importancia necesaria en el transcurso de la carrera, es por ello que con el presente estudio se busca proponer, diversas estrategias, acciones y herramientas cuya aplicación dependerá en buena medida de la disponibilidad de personal profesional suficientemente calificado .Tanto en el ámbito de los organismos que se tiene en la universidad, como también docentes que laboran en ella.

Justificación Económica

Una vez el proyecto de investigación este, la Universidad Señor de Sipán, identificara estrategias adecuadas, permitiendo así minimizar costos a la hora de aplicar dichas estrategias para poner en práctica el impacto del idioma ingles para la competitividad del egresado de la Escuela de Negocios Internacionales.

Justificación Científica

El interés científico de la presente investigación, se basa en la importancia del diagnóstico de la competitividad del Idioma Ingles en el egresado de la escuela de Negocios Internacionales.

Justificación Metodológica

Con el presente estudio se busca generar instrumentos válidos que ayuden a reunir datos los cuales arrojarán el conocimiento y la competitividad de esta problemática; a la vez mediante ésta investigación se puede crear una nuevas forma de trabajo, nuevos Métodos de aprendizaje y esquemas para analizar la relación que hay entre los estudiantes de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán con las universidades competentes; la cual permita que con esta información se pueda tomar medidas para mejorar la problemática.

Justificación Práctica

A nivel práctico, la investigación viene a representar una oportunidad importante para lo que vamos a investigar, pues se abordará con precisión cuáles son los efectos que tiene la falta de conocimiento y competencia del idioma ingles de los egresados de Negocios Internacionales, y se va a proponer estrategias para lidiar con dicha problemática o establecer estrategias que tengan el mismo propósito de incentivar , motivar a los alumnos a ser un profesional competitivos obteniendo de esa manera mayores oportunidades de trabajo y mejor calidad de vida .Finalmente, el trabajo es de importancia para el propio autor, puesto que servirá para poner en práctica los conocimientos adquiridos en la universidad Señor de Sipán.

Esta investigación podrá servir como base para el análisis de nuevas ideas de investigación del tema .También se espera que sea un incentivo para los estudiantes de la universidad señor de Sipán y se interesen más en el desarrollo de habilidades y conocimientos sobre el idioma inglés.

1.4. Limitaciones de la Investigación

Durante el desarrollo de la investigación se presentaron las siguientes limitaciones:

No contar con todo el universo de egresados de la escuela de negocios internacionales de Universidad Señor de Sipán.

No contar con el apoyo requerido de las empresas exportadoras e importadoras de la Región Lambayeque para dicha Investigación.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar el Impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la escuela de negocios internacionales de la universidad señor de Sipán, Pimentel 2016.

1.5.2. Objetivos Específicos

- 1.- Identificar el requerimiento de competencias requeridas por las empresas del departamento de Lambayeque en los egresados Negocios de Internacionales.
- 2.- Analizar las competencias Lingüísticas – comunicativas en la aplicación de las estrategias propuestas a la escuela de Negocios Internacionales USS.
- 3.- Proponer estrategias de competitividad en el impacto del Idioma Ingles para el egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la USS.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Estudios

Internacional

Rodríguez, A. (2015) En su investigación en la Revista Daena: International Journal of Good Conscience titulada “Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México”, estudia cómo influye la cultura en las negociaciones internacionales, las diferencias culturales, el proceso, se analiza la manera de hacer negocios con los mexicanos, las ventajas, los beneficios y por qué invertir en México. Para poder tener éxito en este tipo de negocios, es importante tomar en cuenta varios aspectos como son: los políticos, económicos, financieros, sociales y sobretodo los culturales, el aspecto de negociación y la forma en que los mexicanos hacen negocios. Es recomendable comprender que existen culturas diferentes a la propia, existen actitudes, creencias que influyen en casi todos los aspectos del comportamiento, ayudan a ordenar una sociedad y sus miembros y permite conocer el idioma del lugar en donde se requiera hacer negocios. De acuerdo a lo investigado por Rodríguez, la negociación es un punto importante, conocer los aspectos esenciales en la forma adecuada de hacer una planeación es parte fundamental y el cuidado del que se debe tener al comunicarse (idioma) en una Negociación Internacional es un aspecto indispensable así como los aspectos como valores fundamentales, hábitos, costumbres, religión, moral, etc., son indispensables conocerlos, primero para poder tener una buena comunicación y posteriormente para obtener una negociación que beneficie a ambas partes, lo que genera muchas ventajas y confianza entre los negociadores, pues no será necesaria la participación de traductores en el negocio.

Uribe, J. (2012) En su artículo para la Corporación Universitaria de Sabaneta titulada “Importancia del idioma inglés en las instituciones de educación superior: el caso de la Corporación Universitaria de Sabaneta ”se evidencia la importancia que tiene la adopción del idioma inglés como primera lengua extranjera en las instituciones de educación superior, para estar acorde a las exigencias tanto a nivel empresarial como investigativo, las principales políticas y estrategias que se implementarán para su correcto dominio y estar acorde a los procesos de globalización de la educación y favorecer la internacionalización. Así busca tanto sus estudiantes como docentes y personal administrativo tengan competencias en el idioma inglés, lo que conlleva a la

implementación de políticas y estrategias efectivas. Esto le permitirá a las universidades una mayor visibilidad a nivel internacional y la apertura de mercados mediante la inserción de nuevos servicios y la puesta en marcha de proyectos de investigación de alto impacto por parte de docentes y estudiantes en cooperación con instituciones educativas extranjeras. De acuerdo a lo investigado por Uribe, J. Muestra que la importancia a nivel mundial del idioma inglés actualmente se ha debido al proceso de globalización que ha pasado a ser una “necesidad” en los diferentes sectores de los negocios. En Colombia el Ministerio de Educación está trabajando en el programa Bilingüismo, como una estrategia para la competitividad a través del cual se espera alcanzar la meta de que los estudiantes de las instituciones de educación básica, media, superior y de estudios no formales cuenten, adquieran competencias en esta lengua. «Lograr que los ciudadanos sean capaces de comunicarse en inglés, de tal forma que se puedan insertar al país en los procesos de comunicación universal, en la economía global y en la apertura cultural, con estándares internacionales comparables», este base ayudara al estudio de la investigación.

Anderson, A. (2011) en su artículo titulado “La Importancia de aprender una segunda lengua”, evidencia que los beneficios y la importancia de saber una lengua secundaria mejora la vida social y cultural porque ayuda a establecer una conexión con otras partes del mundo, mejora la posición económica porque añade al currículum vitae y mejora el cerebro porque es una práctica mental. Con el crecimiento de la tecnología que la conecta las diferentes partes del mundo, crece la importancia de saber más de una lengua. Según el artículo “Razones y beneficios de aprender un idioma”, por Antonella Grandinetti: Mats Linhom, Director de EF España, sostiene que si bien en cada persona tiene su motivo personal, lo que está claro es que gracias a las nuevas tecnologías el mundo se hace cada vez más pequeño y la movilidad es mayor y más rápida, por lo que el aprendizaje de idiomas para muchos colectivo se hace cada vez más imprescindible”. De acuerdo a lo investigado por Anderson, A. Se refiere que aprender una segunda lengua proporciona muchas más ventajas en la vida social y cultural, la situación económica y el desarrollo del cerebro. Saber una segunda lengua hace que la gente pueda comunicarse y esta

comunicación es importante en la economía global y mucho más en los negocios internacionales.

Sberro, S. (2010) en su artículo para el Departamento Académico de Estudios Internacionales, ITAM Titulado “Ideología, cultura e idioma en las relaciones internacionales: el español dentro del TLCAN”, indaga de qué manera Canadá, Estados Unidos y México podrían establecer el régimen lingüístico del TLCAN para su integración del idioma que es un instrumento básico de comunicación que garantiza la aplicación cabal del Tratado. El TLCAN significa consolidar la democracia y la economía liberal de mercado, el resultado de la negociación y el contenido del Acuerdo en materia lingüística. El MERCOSUR, manifestó su objetivo político que integró mucho mejor la dimensión lingüística, aceptando y fomentando el bilingüismo imperante en la región, de acuerdo a ello se puede sustentar en dos experiencias: la española para utilizar el español como instrumento de afirmación regional en la Unión Europa y la política lingüística de Canadá como instrumento de “poder blando”. Por lo tanto el TLCAN y al estricto respeto al trilingüismo, es el establecimiento de un verdadero régimen lingüístico. De acuerdo a lo mencionado según Sberro, S; su estudio se refiere sobre establecer un régimen lingüístico entre Canadá, Estados Unidos y México (TLCAN) para su integración en el comercio, tomando como base al MERCOSUR en su importancia de trilingüismo, ofreciendo esto una unificación del idioma inglés, español y francés, este aporte ayuda mucho para el tema que se está tomando en investigación porque ejecuta la importancia en el idioma inglés frente a los negocios de Comercio Exterior.

Hernández, R. (2013) en su investigación para La Universidad Pedagógica nacional “Francisco Morazán” titulado “Nivel de aceptación del idioma Inglés en los estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán en el primer semestre del año 2013”, indica que las personas se inclinan a estudiar inglés para lograr alcanzar un bienestar profesional con miras a obtener un buen empleo, ampliar sus horizontes y conocer nuevos lugares valiéndose del idioma inglés y el factor económico. Se les recomendó obtener un objetivo de estudio para aplicar a diferentes carreras, orientar y motivar hacia el área de inglés debido principalmente a factores económicos y a la desmotivación. De acuerdo a lo mencionado según Hernández, R. la universidad Pedagógica tendría que centrarse en el objetivo de estudio indicado para su aplicación al

estudio de la investigación para lograr alcanzar un bienestar profesional con miras a obtener un buen empleo, ampliar sus horizontes y conocer nuevos lugares valiéndose del idioma inglés, pudiendo este estudio dar un aporte a lo investigado.

The English Effect (2015) en su edición de la revista titulada “El impacto de Inglés, lo que vale la pena el Reino Unido y por qué es importante para el mundo”, se evidencia que el inglés es el idioma común en el mundo, es hablado por un cuarto de la población del mundo, permitiendo un verdadero mercado único de conocimientos e ideas. El inglés le da el Reino Unido una ventaja competitiva en la cultura, diplomacia, el comercio, los medios de comunicación, el mundo académico y de TI, y en el uso y la práctica del poder blando; inglés impulsa el crecimiento y Desarrollo internacional. Para desarrollo y emergentes economías, existe un enorme demandante la necesidad de inglés en los sistemas de educación pública para impulsar la estabilidad, la empleabilidad y la prosperidad; el inglés cambia la vida. El impacto de la globalización y económica desarrollo se ha realizado el Inglés lenguaje de la oportunidad y un importante medio para mejorar un individuo de perspectivas de empleo bien remunerado. Encontramos que en Reino Unido el inglés les da un enfoque en la mejora de las habilidades lingüísticas. De acuerdo a lo mencionado según The English Effect, es importante tener un estándar alto del nivel inglés, porque esto permite mejorar la competitividad del país, muestra que da una ventaja competitiva en la cultura, diplomacia, el comercio, los medios de comunicación, el mundo académico y de TI en el uso y la práctica del poder blando; Inglés impulsa el crecimiento y Desarrollo internacional, esta información aporta mucho en el tema investigado.

Ordorica, S. (2014) en su edición de la Revista electrónica, LEAA, titulada “Motivación de los alumnos universitarios para estudiar inglés como lengua extranjera”, se analiza la motivación de los estudiantes universitarios de la Universidad Autónoma de Baja California, México hacia el estudio del idioma inglés como lengua extranjera. Se quiere encontrar hasta qué punto el alumno se siente motivado y comprende la importancia del estudio de las lenguas extranjeras, específicamente del idioma inglés en su desarrollo profesional, así como en su desarrollo integral. Aspectos tales como la personalidad del estudiante (los psicológicos), intelectuales, el auto aprendizaje, la competencia existencial (saber ser) y la conciencia intercultural, el entorno en que se encuentra (la situación

geográfica, el salón de clase) y otros, son estudiados con objetividad para determinar hasta qué grado determinan la motivación del alumno para estudiar inglés. Se puede concluir que los alumnos universitarios de inglés estudian ese idioma por motivos que son más bien instrumentales; es decir, con miras a obtener un beneficio profesional y de status en el trabajo, muy parecido al beneficio que se busca al adquirir una habilidad o capacitación como puede ser el dominio de programas de cómputo, los cuales son vistos como un valor agregado en el campo profesional. De acuerdo a lo mencionado según Ordorica, S. se busca encontrar conciencia de los alumnos de dicha universidad dando a conocer el nivel bajo que manejan el inglés, y muestra los pasos suficientes para aprender a dar seguridad, confianza a para poder adquirir un buen trabajo.

Revista Education First EF (2015) titulada, “EF EPI Índice de Nivel de Inglés”, se evalúa un modelo estandarizado para medir el nivel de inglés El Índice de Nivel de Inglés EF (EF EPI: “English Proficiency Index”). En un mundo en el que hablar inglés se ha convertido en un requisito básico en lugar de una ventaja, el EF EPI destaca entre los exámenes oficiales de inglés por tres razones: su enfoque en la comunicación correcta, la base de datos única de donde se han extraído los resultados, y el acceso fácil al mismo por internet. Esta es la primera vez que responsables políticos, educadores e investigadores tienen una herramienta que les permite tomar decisiones sobre la enseñanza de idiomas basadas en las comparaciones entre 42 países y más de 2 millones de estudiantes. En los próximos años, el EPI tiene el potencial de convertirse en el punto de referencia para la evaluación de inglés a nivel internacional.” La necesidad del dominio del inglés en una economía globalizada La capacidad para comunicarse en inglés se está convirtiendo rápidamente en un requisito para la economía globalizada. Las ventajas que una vez existieron para los que dominaban el inglés son cada vez menos, y lo que observamos es que hay cada vez más desventajas económicas para aquellos que no hablan inglés. Tanto los gobiernos como los individuos son conscientes de esta tendencia y por eso se vivió el boom de la enseñanza de inglés en la última década. Pero a pesar de este desarrollo exponencial, se dispone de pocos datos para evaluar a los países que persiguen la meta del dominio del inglés. Se necesitan mejores métodos de evaluación normalizados, para conceder prioridad a las habilidades de comunicación sobre la exactitud gramatical. De acuerdo a lo mencionado según Revista Education First EF, es una herramienta para

medir la competitividad de los países en muchos factores, habla sobre el crecimiento del inglés en estos tiempos y la importancia que es el segundo idioma para llegar a ser competentes y la necesidad del dominio del inglés en una economía globalizada, pues su aportación sustenta a la investigación que se realiza.

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Subdirección General de Cooperación Internacional (2015) en su edición titulada “Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación, estudia el desarrollo de definiciones del dominio que el alumno tiene de la lengua, relacionadas con las categorías utilizadas en el Marco de referencia, puede contribuir a concretar lo que se espera que sea apropiado en distintos niveles de aprovechamiento en función de esas categorías. Esto, a su vez, puede contribuir al desarrollo de especificaciones transparentes y realistas respecto a los objetivos generales del aprendizaje. Un marco de niveles y categorías que facilite la descripción de objetivos para fines concretos puede ayudar a los inspectores. Tal marco puede permitir valorar si los alumnos están trabajando en un nivel apropiado de distintas áreas; puede, asimismo, inspirar decisiones respecto a si la actuación en esas áreas representa un modelo apropiado para la fase de aprendizaje, a la vez que sugerir metas para un futuro inmediato y a más largo plazo respecto a un dominio de la lengua y a un desarrollo personal eficaces. De acuerdo a lo mencionado según Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación; es usado últimamente a la consulta fundamental tanto en nuevos desarrollos curriculares como en estudios de investigación en Europa, el marco ofrece parámetros y lineamientos que debe tener el profesional para ejercer su carrera, esto aporta mucho para el tema en estudio.

La importancia del idioma inglés, hoy en día, muchas son las causas y muy diversas las razones por las que el inglés se ha convertido en una lengua internacional, el inglés es en la era de la globalización, una lengua franca que ha repercutido en todos los países no-anglosajones. Su posesión ya no puede tratarse de un lujo, sino que es una necesidad evidente. Es más incluso se dice que quien no domine esa lengua estaría en una clara situación de desventaja, por lo que hoy más que nunca resulta imprescindible aprender el idioma inglés.

Su conocimiento es requisito obligatorio para trabajar en muchas instituciones gubernamentales, ya que los asuntos de gobierno y de diplomacia se manejan en este idioma en la mayoría de los países. También es un requisito en muchas organizaciones internacionales; por ejemplo el inglés es el idioma oficial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), así como de European Central Bank y del ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático). El inglés se utiliza, además, para las comunicaciones internacionales de tráfico marítimo, aéreo y es el medio de comunicación Internacional de los periódicos y revistas del mundo se publican en inglés (tan solo en la india se publican tres mil revistas en este idioma). En muchos países no aglomerantes existe por lo menos un canal de televisión que brinda las noticias en inglés. Es suficiente notar que las revistas Time y New a week, el canal CNN Y el Wall Street Journal están en inglés (Kitao, 1996).

El internet por su parte transmite una enorme cantidad de información, la mayoría está en inglés, se estima que el 80% de la información electrónicamente almacenada está en inglés (Michael Evans, s.f.).

En la mayor parte de las distintas especialidades, las publicaciones de revistas en la lengua inglesa son las de mayor prestigio y difusión internacional. Hoy en día cualquier investigador o profesional que quiera estar a la vanguardia o acceder a libros especializados necesita irremediablemente saber inglés para estará informado de los rápidos avances que están teniendo lugar en su área de conocimiento.

Nacional

British Council. (2015) Con su investigación Educacional Inteligente titulada "Inglés en el Perú un análisis de la Política, Las Percepciones y los Factores de Influencia". Se evidencia que en el Perú, el inglés es ampliamente aceptado como un idioma para los negocios y el gobierno tiene como objetivo mejorar la competencia para que las empresas nacionales que puedan surgir y el crecimiento económico puedan continuar. Sin embargo, en los últimos años observamos más impulso y en este contexto el Perú se ha fijado la meta de bilingüismo en español e inglés para 2021. La actual reforma en la enseñanza del inglés tiene como meta proporcionar cursos de calidad a bajo costo mediante el

sistema de educación pública. Al forjar alianzas con gobiernos extranjeros, universidades y organizaciones internacionales (...) El gobierno también está trabajando con otros ministerios para garantizar que la enseñanza del inglés satisfaga las necesidades de las industrias de alta demanda como los negocios, el comercio y el turismo. De acuerdo a lo mencionado British Council, La actual reforma en la enseñanza del inglés tiene como meta proporcionar cursos de calidad, un mayor nivel de empleabilidad, una mejor calidad de vida y oportunidades de acceso a la educación, afirma que el inglés dará apertura aun mercado internacional y da más competitividad como profesionales.

La Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura UNESCO. (2014) se evidencia que en el Perú un idioma autóctono o idioma local es un idioma vernáculo de una región, hablado por pueblos indígenas (...) Idiomas internacionales enseñados en la escuela: indica el tiempo de instrucción asignado a los idiomas no oficiales internacionales o exógenos. La clasificación de la OIE de los idiomas oficiales/nacionales (en contraposición a idiomas locales/regionales e internacionales) no coincide necesariamente con la clasificación de Ethnologue. De acuerdo a lo mencionado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en Inglés (UNESCO), es importante que una persona domine dos idiomas, esta diversidad lingüística ayuda a poder entender y comprender diferentes culturas las cuales son importantes no solo por cultura sino para el desarrollo personal de cada persona, como también en los negocios.

Bravo, L. (2010). En su estudio metas educativas en el Perú 2021, titulada "Educación que queremos para la generación de los Bicentenarios" Sus objetivos eran enormemente ambiciosos: mejorar la calidad y la equidad en la educación para hacer frente a la pobreza y a la desigualdad y, de esta forma, favorecer la inclusión social. Y se pretendía hacerlo con la voluntad de enfrentarse, al mismo tiempo, a las demandas exigentes de la sociedad de la información y del conocimiento: incorporación de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) en la enseñanza y en el aprendizaje, apuesta por la innovación y la creatividad, desarrollo de la investigación y del progreso científico. De acuerdo a lo mencionado Bravo, L; habla de la importancia del compromiso que deberíamos tener para mejorar la calidad y la equidad de una adecuada educación para hacer frente a la pobreza y a la desigualdad y, de esta forma, favorecer la inclusión social, este aporte da una visión

clara de cómo se está llevando la educación en el Perú y permite identificar las falencias de los tales.

Local

Guerrero, R; Cam, G. (2013). Revista de Educación Cultural y social FACHSE en su investigación “Optimación del Proceso Enseñanza Aprendizaje del Idioma Inglés en la Especialidad de Idiomas Extranjeros de la FACHSE – UNPRG – 2013”. La universidad es por definición, la institución cuya misión consiste en la conservación y el desarrollo de la cultura de la humanidad. A partir de esta función totalizadora de dicha entidad y del papel que debe desempeñar en cualquier nación, de acuerdo con el nuevo orden económico mundial en la actualidad es precisamente la institución encargada de mejorar la posición competitiva de todo el país en el mercado mundial y local, por su función de formar los recursos humanos de la sociedad y desarrollar, introducción y promover los adelantos de la ciencia y la tecnología. El currículo tiene un papel importante en la calidad de la educación superior, su pertinencia y relevancia está dada en la medida que exprese la expectativa social, en cuanto a las capacidades que son necesarias desarrollar en el estudiante, para formar un profesional competitivo en un mercado de constante cambio, teniendo en cuenta los valores sociopolíticos, coyunturales y económicos de la sociedad donde debe ejercer la función social. Los enfoques y características que recientemente ha adquirido la educación superior, como sistema educativo deben tributar a buscar nuevas formas gestionar la información y el conocimiento, de manera que se busque la excelencia, conjugando diferentes procesos que en toda universidad se realizan, como son: Docencia, investigación y Proyección Social. De acuerdo a lo mencionado Guerrero, R; Cam, G; El currículo tiene un papel importante en la calidad de la educación para superar las capacidades que son necesarias desarrollar en el estudiante y formar un profesional competitivo en un mercado de constante cambio, por lo cual es importante la contribución que aporta esta investigación para la tesis aplicada.

Roció, C (2014). En su estudio para optar el grado académico de maestro en ciencias de la educación con mención en investigación y docencia titulada “Propuesta metodológica en la enseñanza de inglés técnico para mejorar el desarrollo de habilidades de comprensión lectora en la especialidad de enfermería técnica” enfatiza que el potencial

funcional y comunicativo del lenguaje, señala que el objeto principal en la enseñanza de una lengua extranjera debía ser la eficiencia comunicativa y no la centralidad de las estructuras gramaticales, es decir, lo que se busca es desarrollar la competencia comunicativa en el alumno, según la terminología de Hymes. Al respecto. Finocchiaro y Brumfit argumentan que los principios que deben sustentar a la enseñanza de las lenguas extranjeras, es el uso que se hace de la lengua y no el conocimiento teórico que se tenga a ella. Ello debe ir acompañado por la noción que la lengua se aprende más efectivamente y cuando se da en situaciones reales privilegiadas, así, lo significados de los actos del habla y implicatura conversacional empleado los términos de Widdowson y Grice, respectivamente. De acuerdo a lo mencionado Roció, C, habla sobre la importancia sobre la eficiencia comunicativa y no la centralidad de las estructuras gramaticales para obtener una adecuada competencia en el alumno, argumenta también que el conocimiento teórico no lo es todo sino también la práctica del tal, esto contribuye en el tema estudiado.

Estado del Arte

Intelligent, E. (2015) En la investigación que se ha implementado titulada “Inglés en el Perú un análisis de la política, las percepciones y los factores de influencia” tiene como objetivo mejorar la competencia para que las empresas nacionales puedan surgir y el crecimiento económico pueda continuar. Mejorar las competencias de la fuerza laboral es especialmente importante ya que la población envejece. Históricamente, el enfoque en cuanto a la reforma educativa y el inglés ha sido muy fragmentado y esto refleja los frecuentes y dramáticos cambios políticos. Sin embargo, en los últimos años se observa más impulso y en este contexto el Perú se ha fijado la meta de bilingüismo en español e inglés para 2021. La actual reforma en la enseñanza del inglés tiene como meta proporcionar cursos de calidad a bajo costo mediante el sistema de educación pública. Al forjar alianzas con gobiernos extranjeros, universidades y organizaciones internacionales, el Perú tiene como objetivo impulsar la capacitación en inglés para docentes introduciendo métodos pedagógicos y materiales innovadores. El gobierno también está trabajando con otros ministerios para garantizar que la enseñanza del inglés satisfaga las necesidades de las industrias de alta demanda como los negocios, el comercio y el turismo. La nueva política de aprendizaje del inglés se ejecutará junto con programas diseñados para

preservar la cultura y la lengua en las comunidades indígenas, que a menudo han logrado o están trabajando hacia el bilingüismo en una lengua materna y el español.

2.2. Bases Teóricas y Conceptuales.

2.2.3. Inglés

a) Definición

Uribe, J. (2011), el uso de una lengua extranjera ha pasado de ser un privilegio a ser una necesidad en los diferentes sectores productivos, debido al proceso de globalización, que ha tomado mayor fuerza actualmente. Este fenómeno ha sido el principal motivo por el cual el inglés ha adquirido importancia a nivel mundial, hasta el punto de considerarse hoy en día como el idioma universal de los negocios.

Dicho proceso de globalización ha traído consigo la firma de tratados de libre comercio con algunos países, como Brasil, Canadá, Suiza y Estados Unidos, en donde muchas de las negociaciones son realizadas en inglés, por lo cual dentro de las organizaciones se ha establecido como requisito fundamental que los profesionales tengan un dominio en esta lengua, para poder ser contratados en determinados cargos y puedan tener la posibilidad de una movilidad laboral internacional.

Muñoz, L. (2011), la enseñanza de lenguas extranjeras a una edad más joven tiene sus ventajas siempre que venga acompañada de un mayor número de horas dedicadas a dicho aprendizaje.

Alcaraz, V. (2010: 14), el inglés como lengua extranjera "ocupa el puesto número uno en los planes de estudios de la educación primaria y secundaria de casi todos los países del mundo".

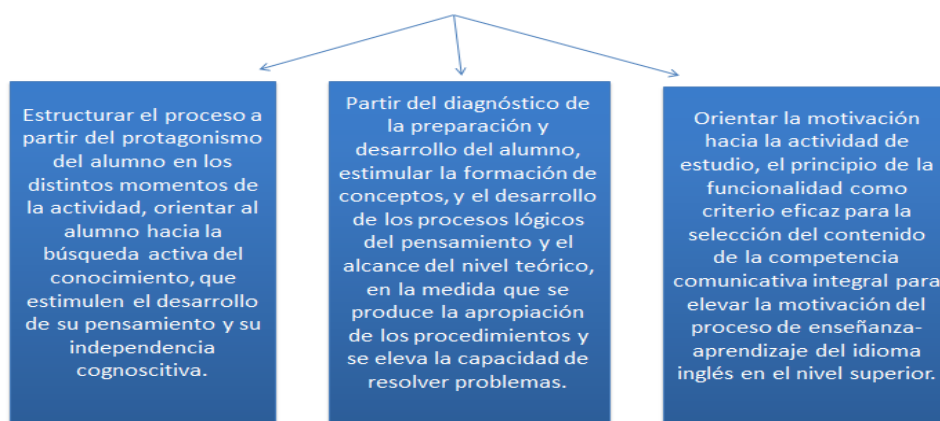
House, L. (2010), el inglés como lengua franca en Europa es una ventaja porque facilita una flexibilidad funcional por su amplia extensión internacional, convirtiéndose en un instrumento muy útil de unión entre diversas regiones e identidades culturales distintas que pueden tener en el inglés un medio de comunicación común.

González, D. Villanueva, C. (2011), el inglés como segunda lengua o como lengua extranjera están relacionados con la dicotomía formal/informal al referirse al contexto en el que se aprende la lengua.

b) Enfoque Lingüístico

Ramírez, O. (2015), es una vía para expresar ideas, emociones, sentimientos; sirve, para la regulación de la personalidad y se concibe la competencia comunicativa en la lengua extranjera como proceso integral de la actividad humana, donde las funciones comunicativas son formas concretas que permiten el proceso de apropiación del idioma inglés, y el contexto como condición para que se produzca dicho proceso. La perspectiva metodológico-didáctica, se erige sobre un conjunto de exigencias, tales como:

Figura 1: Enfoque lingüístico



Fuente: Estrategia Metodológica para el desarrollo de la competencia comunicativa profesional en el idioma inglés en la licenciatura en periodismo.

Elaboración: Propia.

c) Importancia del Inglés.

Zamanamud, L. (2013), es importante dominar este idioma especialmente si vamos estar al frente de un negocio con transacciones internacionales. Ahora los negocios son internacionales y es fundamental por lo menos dominar dos idiomas, el nativo y el inglés de preferencia por ser idioma más universal. Otros idiomas también son importantes, pero con el dominio del inglés se tiene asegurado la comunicación con gran parte del mercado global. La mayoría de grandes empresas ya están empezando a tener sus páginas web en idioma nativo e inglés, lo que significa mayores posibilidades de captar

clientes nuevos. Los empleados que además dominan el inglés aumentan su productividad en 20%.

Por este motivo cada vez más empresas están tomando en sus manos la capacitación de sus empleados en un segundo idioma, lo que lleva a buscar en la ciudad buenas escuelas de idiomas para aprender inglés. La importancia del inglés en el mundo laboral y académico no ha dejado tampoco indiferente a la Formación Profesional (F.P.) y a los estudios universitarios en el país.

d) Características del Inglés

Azahares, T. (2011), es lo que lo hace al idioma inglés diferente, o semejante en ocasiones al español. La experiencia ha demostrado lo difícil que resulta en ocasiones el aprendizaje del inglés a los que se matriculan en la Escuela de Idiomas con el objetivo de poder comunicarse en esta lengua. La dificultad fundamental radica en el desconocimiento de las características generales que lo hacen diferente al español; por ser una cultura diferente, y la forma de enfocar los fenómenos sociales y culturales no son iguales.

El inglés es más conocido que el español. Por ejemplo, la traducción de una cuartilla ocupa más espacio en la lengua española. Ahora bien, la sencillez de la gramática y el carácter más conciso de inglés, tienen para el lector hispanohablante ventajas e inconvenientes. Por una parte, facilitan el aprendizaje oral, pero por otra, pueden dificultar la lectura pues la información puede evitar tener que aprender cada sustantivo en su concordancia con el adjetivo y el artículo ya que acerca del género en oraciones como *The new Assistant has Arrived*, en la que no se sabe si ha llegado el nuevo o la nueva asistente.

En seis palabras se caracteriza el código BASIC, lo que en español requiere diez vocablos: Código simbólico de instrucciones para todos los usos para participantes. Por

esta característica, si se quiere leer con fluidez, es indispensable reconocer las frases idiomáticas más usuales en el estilo científico-técnico.

Si tiene en cuenta estos elementos que lo primero que le demuestran es que el idioma que decidió estudiar es diferente, que tiene elementos socioculturales diferentes, producto de culturas y sociedades diferentes que hacen que sus expresiones no sean iguales a los demás, seguramente llegará a la conclusión de que tiene que estudiarlo con sus características propias, y al final tendrá la satisfacción no solo de comunicarse en un idioma extranjero sino que notará que su cultura general se ha enriquecido.

e) Competencia Comunicativa del inglés

Hymes, L. (1996), es dominio de las reglas del sistema y de las unidades del léxico, pero incorpora otra clase de conocimientos que le son necesarios al hablante para producir y comprender enunciados y discursos adaptados al contexto. De ese modo la competencia comunicativa está conformada por otras que demuestran que el dominio de la lengua no se reduce solo a un saber, sino a un saber hacer, que se demuestra a partir del dominio de habilidades absolutamente necesarias para poner en funcionamiento el lenguaje: escuchar, hablar, leer y escribir.

f) Motivación al Universitario a Estudiar el Idioma Inglés

Carbollasa. G., Ania. M., Olmedo M., Eva M., Ortega M. & José L. (2012) en su investigación titulada “Motivación para el aprendizaje, la perspectiva de los alumnos”, estudia como la percepción de nuestra propia motivación para emprender la tarea que depende del nivel inicial de motivación intrínseca hacia la tarea, limitaciones extrínsecas, habilidad individual para disminuir el efecto de las limitaciones, etc. De acuerdo con Amabile (1983), las habilidades creativas más relevantes dependen de varios factores: el estilo cognitivo, el conocimiento de la heurística, el estilo de trabajar, los rasgos de personalidad y la motivación intrínseca. De este modo como tantos modelos teóricos y prácticos del currículo se pueden encontrar, como concepciones y criterios acerca de currículo y su desarrollo desde las más abarcadoras hasta las más reduccionistas. Las

definiciones de currículo que interesan son aquellas que brindan posibilidades de un currículo flexible e innovador, muchas de las que se exponen seguidamente se ven matizadas por una o varias teorías de las ya expuestas en la primera parte de este epígrafe que ofrezca al docente la posibilidad de adaptar la práctica curricular a las necesidades y contextos específicos.

g) Los programas de enseñanza y aprendizaje de lenguas extranjeras con fines específicos.

Carbollasa. G., Ania. M., Olmedo M., Eva M., Ortega M. & José L. (2012) en su investigación titulada “Motivación para el aprendizaje, la perspectiva de los alumnos”, estudia la enseñanza de lenguas extranjeras con fines específicos como aquellas acciones relacionadas con la enseñanza y el aprendizaje de un idioma extranjero enfatizando en contenidos léxicos y sociolingüísticos particulares de un área de actuación académica o profesional determinada. Los aprendices en ese tipo de enseñanza generalmente están interesados en conocer en el inglés referido a sus esferas de desempeño ocupacional o profesional y ya han recibido una preparación suficiente en inglés general.

h) Niveles de Idioma Ingles

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Subdirección General de Cooperación Internacional (2015) en su edición titulada “Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación, estudia el desarrollo de definiciones del dominio que el alumno tiene de la lengua, relacionadas con las categorías utilizadas en el Marco de referencia, puede contribuir a concretar lo que se espera que sea apropiado en distintos niveles de aprovechamiento en función de esas categorías. Esto, a su vez, puede contribuir al desarrollo de especificaciones transparentes y realistas respecto a los objetivos generales del aprendizaje. Un marco de niveles y categorías que facilite la descripción de objetivos para fines concretos puede ayudar a los inspectores. Tal marco puede permitir valorar si los alumnos están trabajando en un nivel apropiado de distintas áreas; puede, asimismo, inspirar decisiones respecto a si la actuación en esas áreas representa un modelo apropiado para la fase de aprendizaje, a la vez que

sugerir metas para un futuro inmediato y a más largo plazo respecto a un dominio de la lengua y a un desarrollo personal eficaces.

i) Enfoque Adoptado

1. UN ENFOQUE ORIENTADO A LA ACCIÓN

El uso de la lengua –que incluye el aprendizaje– comprende las acciones que realizan las personas que, como individuos y como agentes sociales, desarrollan una serie de competencias, tanto generales como competencias comunicativas lingüísticas, en particular. Las personas utilizan las competencias que se encuentran a su disposición en distintos contextos y bajo distintas condiciones y restricciones, con el fin de realizar actividades de la lengua que conllevan procesos para producir y recibir textos relacionados con temas en ámbitos específicos, poniendo en juego las estrategias que parecen más apropiadas para llevar a cabo las tareas que han de realizar. El control que de estas acciones tienen los participantes produce el refuerzo o la modificación de sus competencias.

Las competencias generales del individuo

Las competencias generales de los alumnos o usuarios de lenguas según se componen de sus conocimientos, sus destrezas y su competencia existencial, además de su capacidad de aprender. Los conocimientos, es decir, los conocimientos declarativos, se entienden como aquellos conocimientos derivados de la experiencia (empíricos) y de un aprendizaje más formal (académicos).

Las destrezas y habilidades (saber hacer), Depende de la capacidad de desarrollar procedimientos que de los conocimientos declarativos, pero se puede propiciar esta destreza mediante la adquisición de conocimientos interiorizados, y puede ir acompañada de formas de competencia existencial.

De este modo, en el ejemplo aprender el idioma Inglés, que por medio de la repetición y de la experiencia se convierte en una serie de procesos semiautomáticos, requiere al principio una separación explícita de las operaciones conscientes, que se pueden expresar con palabras y la adquisición de determinados conocimientos, en los que no

hay que pensar conscientemente cuando «sabemos aprender el idioma inglés». Cuando aprendemos a realizar esta acción, necesitamos por lo general un nivel alto de concentración y una gran autoconciencia, ya que nuestra propia imagen es especialmente vulnerable

Una vez que se dominan las destrezas, se supone que se va a hacer aprender el idioma con mayor facilidad y mayor confianza en sí mismo; de lo contrario.

Estrictamente hablando, el conocimiento de la sociedad y de la cultura de la comunidad o comunidades en las que se habla el idioma Inglés, es un aspecto del conocimiento del mundo. Sin embargo, tiene la importancia suficiente como para merecer la atención del egresado de la carrera de Negocios Internacionales, sobre todo porque, al contrario que muchos otros aspectos del conocimiento, es probable que no se encuentre en su experiencia previa, y puede que esté distorsionado por los estereotipos.

Las características distintivas de una sociedad Peruana concreta y de su cultura se pueden relacionar, por ejemplo, con:

1. La vida diaria; por ejemplo:

- Comida y bebida, horas de comidas, modales en la mesa.
- Días festivos.
- Horas y prácticas de trabajo.
- Actividades de ocio (aficiones, deportes, hábitos de lectura, medios de comunicación).

2. Las condiciones de vida; por ejemplo:

- Niveles de vida (con variaciones regionales, sociales y culturales).
- Condiciones de la vivienda. • Medidas y acuerdos de asistencia social.

3. Las relaciones personales, (incluyendo relaciones de poder y solidaridad); por ejemplo:

- Estructura social y las relaciones entre sus miembros.
- Relaciones entre sexos.
- Estructuras y relaciones familiares.
- Relaciones entre generaciones.

- Relaciones en situaciones de trabajo.
- Relaciones con la autoridad, con la Administración.
- Relaciones de raza y comunidad.
- Relaciones entre grupos políticos y religiosos.

4. Los valores, las creencias y las actitudes respecto a factores como los siguientes:

- Clase social.
- Grupos profesionales (académicos, empresariales, de servicios públicos, de trabajadores cualificados y manuales).
- Riqueza (ingresos y herencia).
- Culturas regionales.
- Seguridad.
- Instituciones.
- Tradición y cambio social.
- Historia; sobre todo, personajes y acontecimientos representativos.
- Minorías (étnicas y religiosas).
- Identidad nacional.
- Países, estados y pueblos extranjeros.
- Política.
- Artes (música, artes visuales, literatura, teatro, canciones y música populares).
- Religión.
- Humor.

5. El lenguaje corporal.

El conocimiento de las convenciones que rigen dicho comportamiento forma parte de la competencia sociocultural del usuario o alumno.

6. Las convenciones sociales (por ejemplo, respecto a ofrecer y recibir hospitalidad), entre las que destacan las siguientes:

- Puntualidad.
- Regalos.
- Vestidos.
- Aperitivos, bebidas, comidas.

- Convenciones y tabúes relativos al comportamiento y a las conversaciones.
- Duración de la estancia.
- Despedida.

7. El comportamiento ritual en áreas como las siguientes:

- Ceremonias y prácticas religiosas.
- Nacimiento, matrimonio y muerte.
- Comportamiento del público y de los espectadores en representaciones y ceremonias públicas.
- Celebraciones, festividades, bailes, discotecas, etc.

Según las encuestas hecha a los egresados de la Carrera de Negocios Internacionales, podemos ver que son muy pocos los jóvenes que se han preparado y practicado plenamente en el área del idioma inglés, siendo así muy deficiente la capacidad de desarrollar procedimientos y destrezas mediante la adquisición de conocimientos escasos, la cual hay un grave déficit de formas de competencia existencial a la hora de llevar o estudiar el idioma inglés en el Centro de Idiomas de la USS, dando como resultado a que los egresados de la carrera de Negocios Internacionales, salgan con un alto riesgo de déficit en el saber y poner en práctica lo levemente aprendido, esto produce una cadena de logros no alcanzados por la falta de practica en el idioma inglés, tanto en el campo laboral, social y como perfil profesional.

- **La competencia existencial** (saber ser), se puede considerar como la suma de las características individuales, los rasgos y las actitudes de personalidad que tienen que ver, por ejemplo, con la autoimagen y la visión que tenemos de los demás y con la voluntad de entablar una interacción social con otras personas. Este tipo de competencia no se contempla sólo como resultado de características inmutables de la personalidad, pues incluye factores que son el producto de varios tipos de aculturación y que pueden ser modificados. Estos rasgos, actitudes e idiosincrasia de la personalidad son parámetros que hay que tener en cuenta a la hora de aprender y de enseñar una lengua; por tanto, aunque puedan ser difíciles de definir, deberían ser incluidos en un marco de referencia

- **La capacidad de aprender** (saber aprender), moviliza la competencia existencial, los conocimientos declarativos y las destrezas, y hace uso de varios tipos de competencia. La capacidad de aprender también se puede concebir como la predisposición o la habilidad para descubrir lo que es diferente, ya sea otra lengua, otra cultura, otras personas o nuevas áreas de conocimiento.
- **La competencia existencial:** por ejemplo, la voluntad de tomar iniciativas e incluso de correr riesgos en la comunicación cara a cara para otorgarse a uno mismo la oportunidad de hablar, de solicitar ayuda por parte de las personas con quienes se está hablando, haciendo que repitan lo que han dicho con palabras más sencillas, etc.; también las destrezas de comprensión auditiva, el hecho de prestar atención a lo que se dice, la conciencia acentuada de los riesgos que suponen los malentendidos culturales en las relaciones con los demás.
- **Conocimientos declarativos:** por ejemplo, el conocimiento de las relaciones morfosintácticas que se corresponden con unas estructuras dadas de una declinación de una lengua concreta; o la conciencia de que puede existir un tabú o rituales específicos asociados con prácticas dietéticas o sexuales de determinadas culturas, o que pueden tener connotaciones religiosas.
- **Destrezas y habilidades:** por ejemplo, facilidad para usar un diccionario o ser capaz de buscar algo fácilmente en un centro de documentación; saber cómo manipular medios audiovisuales o informáticos (por ejemplo, Internet) como recursos de aprendizaje.

Es allí donde de acuerdo a las encuestas de los egresados de Negocios Internacionales, muestra que tienen la capacidad de aprender grados y combinaciones variadas de aspectos de la competencia existencial (ser más arriesgados o atrevidos a la hora de poner en práctica sus habilidades de fluidez del idioma Ingles), de los conocimientos declarativos (los egresados que puedan dominar el idioma a un nivel acostumbrado en el país nativo (jergas), de las destrezas y de las habilidades (no teniendo temor a la búsqueda de información o preguntar para mejorar su capacidad de aprendizaje).

2. Competencia Comunicativa

Se puede considerar que la competencia comunicativa comprende varios componentes: el lingüístico, el sociolingüístico y el pragmático. Se asume que cada uno de estos componentes comprende, en concreto, conocimientos, destrezas y habilidades.

Los niveles comunes de referencia para medir el dominio de la lengua

De acuerdo al perfil estudiado del Marco Común Europeo, se obtiene:

- El desarrollo de definiciones del dominio que el alumno tiene de la lengua, relacionadas con las categorías utilizadas en el Marco de referencia, puede contribuir a concretar lo que se espera que sea apropiado en distintos niveles de aprovechamiento en función de esas categorías. Esto, a su vez, puede contribuir al desarrollo de especificaciones transparentes y realistas respecto a los objetivos generales del aprendizaje.
- El aprendizaje que se desarrolla durante un período debe organizarse en unidades que tengan en cuenta la progresión y que puedan proporcionar una continuidad. Los programas de estudios y los materiales tienen que estar mutuamente relacionados, y un marco de niveles puede contribuir a este proceso.
- Los esfuerzos de aprendizaje relativos a esos objetivos y a esas unidades también deben estar situados en esta dimensión vertical de progreso, es decir, tienen que ser evaluados con relación al aprovechamiento en el dominio de la lengua. Disponer de especificaciones de dominio de la lengua contribuye a este proceso.
- Dicha evaluación debería tener en cuenta el aprendizaje incidental, la experiencia exterior al aula y el tipo de enriquecimiento colateral descrito anteriormente. A este respecto puede ser útil disponer de un conjunto de especificaciones de dominio de la lengua que supere el alcance de un programa de estudios concreto.
- Disponer de un conjunto común de especificaciones de dominio de la lengua posibilita las comparaciones de objetivos, niveles, materiales, pruebas y grados de aprovechamiento en distintos sistemas y situaciones.
- Un marco que incluya tanto la dimensión horizontal como la vertical posibilita la definición de objetivos parciales y el reconocimiento de perfiles desiguales y de competencias parciales.

- Un marco de niveles y categorías que facilite la descripción de objetivos para fines concretos puede ayudar a los inspectores. Tal marco puede permitir valorar si los alumnos están trabajando en un nivel apropiado de distintas áreas; puede, asimismo, inspirar decisiones respecto a si la actuación en esas áreas representa un modelo apropiado para la fase de aprendizaje, a la vez que sugerir metas para un futuro inmediato y a más largo plazo respecto a un dominio de la lengua y a un desarrollo personal eficaces.

- Finalmente, en su trayectoria de aprendizaje, los estudiantes de una lengua pasan por varios sectores educativos e instituciones que ofrecen servicios de idiomas, y la existencia de un conjunto común de niveles puede facilitar la colaboración entre esos sectores. Con el incremento de la movilidad personal, resulta cada vez más corriente que los alumnos cambien de sistema educativo al final de sus estudios o incluso en una etapa intermedia, por lo que tener la posibilidad de disponer de una escala común que describa su aprovechamiento se convierte en un asunto que interesa cada vez más.

Los futuros egresados de la Escuela de Negocios Internacionales, tendrán que ser evaluados por el Marco de Referencia para trazar el perfil del espacio de aprendizaje, aunque sea de forma simple, lo cual resulta útil por varios motivos, medir el impacto del idioma Inglés y la competitividad en tales. Al considerar la dimensión vertical del Marco, no se debería olvidar que el proceso de aprendizaje de lenguas es continuo e individual.

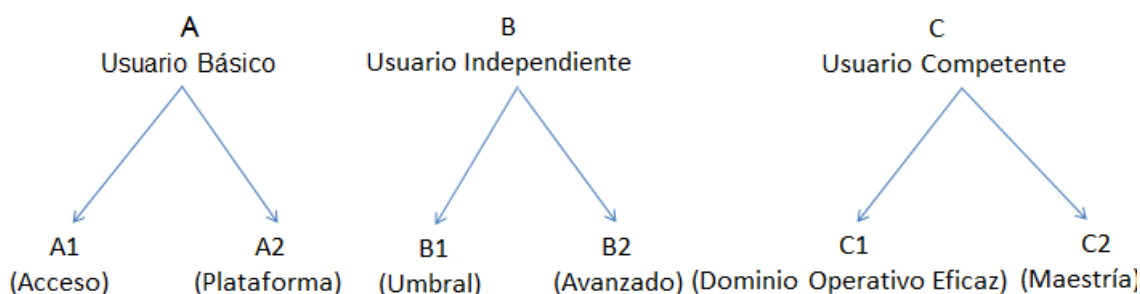
3. NIVELES COMUNES DE REFERENCIA

Los niveles comunes de referencia

Parece que en la práctica existe un amplio consenso, aunque de ningún modo universal, respecto al número y la naturaleza de los niveles apropiados para la organización del aprendizaje de lenguas, así como respecto al reconocimiento público de los niveles de logro que pueden alcanzarse. No obstante, parece que un marco general de seis niveles amplios cubre adecuadamente el espacio de aprendizaje que resulta pertinente para los estudiantes de lenguas europeas respecto a estos fines.

- Acceso (Break through), que se corresponde con lo que Wilkins denominó en su propuesta de 1978 «Dominio formulario», y Trim, en la misma publicación¹, «Introductorio».
- Plataforma (Waystage), que refleja la especificación de contenidos del Consejo de Europa.
- Umbral (Threshold), que refleja la especificación de contenidos del Consejo de Europa.
- Avanzado (Vantage), que refleja la tercera especificación de contenidos del Consejo de Europa, nivel que Wilkins ha descrito como «Dominio operativo limitado», y Trim, como «la respuesta adecuada a las situaciones normales».
- Dominio operativo eficaz (Effective Operational Proficiency), que Trim denominó «Dominio eficaz», y Wilkins, «Dominio operativo adecuado», y que representa un nivel avanzado de competencia apropiado para tareas más complejas de trabajo y de estudio.
- Maestría (Mastery) (Trim: «dominio extenso»; Wilkins: «Dominio extenso operativo»), que se corresponde con el objetivo más alto de los exámenes en el esquema adoptado por ALTE (Association of Language Testers in Europe). Se podría ampliar para que incluyera la competencia intercultural más desarrollada que se encuentra por encima de ese nivel y que consiguen muchos profesionales de la lengua. Cuando observamos estos seis niveles, sin embargo, vemos que son interpretaciones respectivamente superiores e inferiores de la división clásica de Básico, Intermedio y Avanzado. Además, alguna de las denominaciones que se ha dado a las especificaciones de niveles del Consejo de Europa resulta muy difícil de traducir (por ejemplo, Waystage, Vantage). Por tanto, el esquema propuesto adopta un principio que se ramifica en «hipertextos», desde una división inicial en tres niveles amplios; A, B y C:

Figura 2: Niveles de la competitividad en idioma Ingles



Fuente: Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas, aprendizaje, enseñanza y evaluación.

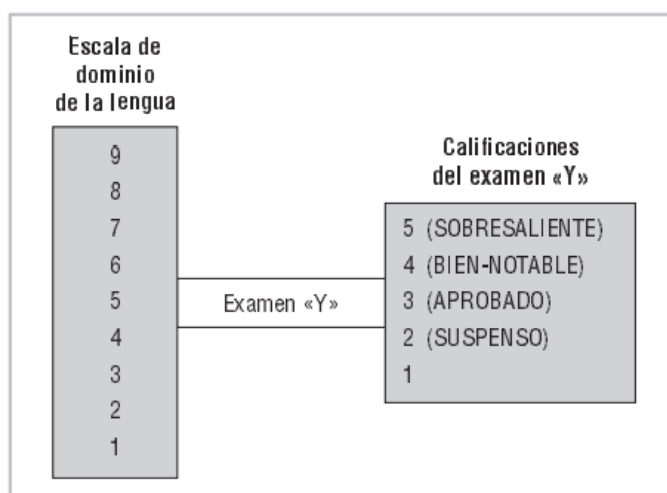
Elaboración: Propia.

Los niveles de dominio de la lengua y las calificaciones

Los usuarios del Marco de referencia pueden tener presente y, en su caso, considerar:

- En qué medida les preocupa establecer una serie de niveles descriptivos para registrar el progreso del dominio de la lengua dentro de su propio sistema.
- En qué medida les preocupa proporcionar criterios transparentes para calificar el nivel de logro de los objetivos establecidos para un nivel determinado de dominio de la lengua, bien mediante un examen o bien mediante la evaluación de los profesores.
- En qué medida les preocupa el desarrollo de un marco común que establezca relaciones coherentes entre una serie de sectores educativos, niveles de dominio de la lengua y tipos de evaluación dentro de su propio sistema.

Figuras 3: Escala del dominio del idioma inglés



Fuente: Marco Común Europeo

Elaboración: Propia.

Presentación de los niveles comunes de referencia

El establecimiento de una serie de puntos comunes de referencia no limita de ninguna manera la forma en que distintos sectores de distintas culturas pedagógicas pueden organizar o describir su sistema de niveles y módulos. También se espera que la formulación precisa del conjunto de puntos comunes de referencia -la redacción de los descriptores- se desarrolle en el tiempo según se vaya incorporando a la descripción la experiencia de Estados miembros e instituciones expertas en la materia.

También resulta deseable que los puntos comunes de referencia se presenten de formas distintas para fines distintos. Para algunos de estos fines será adecuado resumir el conjunto de los niveles comunes de referencia propuestos en párrafos independientes y de carácter general, como se muestra en el Cuadro 1. Dicha representación sencilla y global facilitará la comunicación del sistema a usuarios no especialistas, y proporcionará puntos de orientación a los profesores y a los responsables de la planificación:

Tabla 1: Niveles Comunes de Referencia, Escala Global.

NIVELES COMUNES DE REFERENCIA: ESCALA GLOBAL

Usuario Competente	C2	Es capaz de comprender con facilidad prácticamente todo lo que oye o lee. Sabe reconstruir la información y los argumentos procedentes de diversas fuentes, ya sean en lengua hablada o escrita, y presentarlos de manera coherente y resumida. Puede expresarse espontáneamente, con gran fluidez y con un grado de precisión que le permite diferenciar pequeños matices de significado incluso en situaciones de mayor complejidad.
	C1	Es capaz de comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos. Sabe expresarse de forma fluida y espontánea sin muestras muy evidentes de esfuerzo para encontrar la expresión adecuada. Puede hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales. Puede producir textos claros, bien estructurados y detallados sobre temas de cierta complejidad, mostrando un uso correcto de los mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.
Usuario Independiente	B2	Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico, siempre que estén dentro de su campo de especialización. Puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad, de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de los interlocutores. Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos, así como defender un punto de vista sobre temas generales, indicando los pros y los contras de las distintas opciones.
	B1	Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes.
Usuario Básico	A2	Es capaz de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.). Sabe comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de información sobre cuestiones que le son conocidas o habituales. Sabe describir en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno, así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas.
	A1	Es capaz de comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente, así como, frases sencillas destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato. Puede presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce. Puede relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar.

Fuente: Marco Común Europeo

Elaboración: Propia.

Según los niveles del Marco Común Europeo, de acuerdo a la investigación y a las encuestas de los egresados de la escuela de Negocios Internacionales, reconociendo ellos que la gran mayoría está en un nivel básico, pero que aún no son capaces de completar o llegar a la plenitud del Usuario Básico A2, es así no siendo capaces de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con tareas de experiencia que le son especialmente relevantes, no sabe comunicarse, etc. Dando así un diagnóstico que existe un déficit en los alumnos y egresados de la escuela de Negocios Internacionales y midiendo así el impacto del idioma Inglés en los egresados de la USS de la Carrera de Negocios Internacionales.

4. EL USO DE LA LENGUA Y EL USUARIO O ALUMNO

El contexto del uso de la lengua

Ámbitos

De acuerdo con los egresados encuestados, el uso del idioma inglés es importante porque te da apertura de muchas oportunidades de ser competente, te da la facilidad comprensión y comunicación a un nivel avanzado para cerrar tratos en la carrera, evita los fracasos en los negocios (engaños), las empresas agroindustriales, muestran gran interés en el tema, ya que aún esta práctica no se encuentra en un perfil del profesional de negocios en la región Lambayeque, ya que son muy pocos los que dominan los temas en sí de la carrera de Negocios Internacionales y el idioma Ingles.

Situaciones

En la Negociación: Evitar fracasos o estafas en las negociaciones Internacionales, el Idioma Ingles de acuerdo a la encuestas es muy importante, aunque aún hay un déficit de estudiantes que no se preocupan por ello, llevando o cumpliendo con lo requerido en la maya curricular de la escuela de Negocios pero no tomando conciencia de la importancia del Idioma y su valor agregado que da para su futura vida laboral.

Con las empresas: Frente a las encuestas a las empresas, les parece muy importante que se tome más conciencia en esta necesidad, ya que ellos deben pagar traductores aparte para facilitar los negocios Internacionales dentro de sus empresas, las empresas estarían dispuestas a invertir en egresados de la carrera de negocios internacionales ya que ellos tienen la base en negocios pero muchas veces se ven limitadas por la escasez de profesionales competentes con habilidades en los negocios y el dominio del idioma inglés.

Con los clientes: Muchas veces el cliente internacional se siente frustrado por la falta de fluidez de la comunicación en el idioma Ingles, pérdida de clientes por la falta de no saber expresarse o explicar bien lo requerido por la empresa, Falta de comprensión, Perdida de importante información encontrada en diferentes medios de comunicación o libros (bibliografías en Ingles), no comprender terminologías aduaneras o términos para la documentación reglamentaria en aduanas de las mercancías (Logística), **Doble gasto** (pago) por algunos procesos en la exportación

e importación. Dando así no buenos resultados como profesionales de la carrera de Negocios Internacionales, evitando ser competitivo frente a este mundo de los Negocios.

En los egresados según las encuestas actualmente son muy pocos los que están trabajando en si en la carrera, y en empresas exportadoras e importadoras. Pero los que están ejerciendo la carrera y trabajando en el exportación e importación comentan que si existe una *NECESIDAD* y una *IMPORTANCIA* que tiene el idioma en su vida laboral y como perfil profesional, ya que a ellos en algún momento de su vida laboral le han pedido como requisito que sepan el idioma. La mayoría tiene un nivel básico, pero no tan practicado como debería llevarse una segunda lengua.

Condiciones y restricciones

Las condiciones externas en las que se da la comunicación imponen distintas restricciones en el usuario o egresado y en sus interlocutores.

· Condiciones físicas:

a) para el habla:

Dificultad al expresarse o comunicarse con personas que tienen diferente acento o fluidez del idioma Inglés.

b) para la escritura:

· **Condiciones sociales:**

- número de interlocutores y grado de familiaridad entre ellos
- estatus de los participantes (poder y solidaridad, etc.)
- presencia o ausencia de público o de observadores
- naturaleza de las relaciones interpersonales de los participantes (por ejemplo, simpatía/hostilidad, cooperación).

- **Presiones de tiempo:**

- diferentes presiones para el hablante y el oyente (tiempo real) y el que escribe, o lector (más flexible).
 - tiempo de preparación para discursos, informes, etc. (por ejemplo, improvisado, rutinario o preparado de antemano).
 - limitaciones del tiempo disponible (por diversas causas: normas, coste, asistencia a actos y compromisos adquiridos, etc.) para turnos de palabra e intervenciones.
- **Otras presiones:**
- Económicas, de ansiedad (por ejemplo, en exámenes), etc.

5. LAS COMPETENCIAS DEL USUARIO O EGRESADO

5.1. Las competencias generales

5.1.1. Conocimiento declarativo (saber)

El conocimiento del mundo

Modelo que continúa desarrollándose por medio de la educación y de la experiencia durante la adolescencia y también durante la vida adulta. La comunicación depende de la congruencia de los modelos del mundo y de la lengua que han asumido interiormente las personas que participan en ella. Un objetivo de la investigación científica es descubrir la estructura y el funcionamiento del universo y proporcionar una terminología normalizada para describirlos y referirse a ellos. El lenguaje corriente se ha desarrollado de una forma más orgánica, y la relación existente entre las categorías de forma y de significado varía un tanto de una lengua a otra, aunque dentro de unos límites bastante estrechos impuestos por la fuerza de la realidad. La enseñanza de segundas lenguas y de lenguas extranjeras a menudo es capaz de asumir que los alumnos ya han adquirido un conocimiento del mundo suficiente para esta finalidad. No obstante, Comprende; Lugares, instituciones y organizaciones, personas, objetos, acontecimientos, procesos e intervenciones en distintos ámbitos, De especial importancia para el alumno de una

lengua concreta es el conocimiento factual relativo al país o países en que se habla el idioma.

El conocimiento sociocultural

Estrictamente hablando, el conocimiento de la sociedad y de la cultura de la comunidad o comunidades en las que se habla el idioma es un aspecto del conocimiento del mundo. Sin embargo, tiene la importancia suficiente como para merecer la atención del alumno, sobre todo porque, al contrario que muchos otros aspectos del conocimiento, es probable que no se encuentre en su experiencia previa, y puede que esté distorsionado por los estereotipos.

Las características distintivas de una sociedad peruana concreta y de su cultura se pueden relacionar, por ejemplo, con:

1. La vida diaria
2. Las condiciones de vida
3. Las relaciones personales
4. Los valores, las creencias y las actitudes
5. El lenguaje corporal
6. Las convenciones sociales
7. El comportamiento ritual

La consciencia intercultural

El conocimiento, la percepción y la comprensión de la relación entre el «mundo de origen» y el «mundo de la comunidad objeto de estudio» (similitudes y diferencias distintivas) producen una consciencia intercultural, que incluye, naturalmente, la conciencia de la diversidad regional y social en ambos mundos, que se enriquece con la conciencia de una serie de culturas más amplia de la que conlleva la lengua materna y la segunda lengua, lo cual contribuye a ubicar ambas en su contexto. Además del

conocimiento objetivo, la consciencia intercultural supone una toma de conciencia del modo en que aparece la comunidad desde la perspectiva de los demás, a menudo, en forma de estereotipos nacionales.

Las destrezas y las habilidades (saber hacer)

a. Las destrezas y las habilidades prácticas

· **Destrezas sociales:** La capacidad de actuar de acuerdo con los tipos de convenciones ya presentados y de comportarse de la forma esperada, siempre que los foráneos, y en especial los extranjeros, lo consideren apropiado.

· **Destrezas de la vida:** La capacidad de llevar a cabo con eficacia las acciones rutinarias que se requieren en la vida diaria (bañarse, vestirse, pasear, cocinar, comer, etc.), el mantenimiento y la reparación de los aparatos de la casa; etc.

· **Destrezas profesionales:** La capacidad de realizar acciones especializadas (mentales y físicas) que se necesitan para realizar los deberes del (auto) empleo.

· **Destrezas de ocio:** La capacidad de realizar con eficacia las acciones necesarias para las actividades de ocio; por ejemplo:

- Artes (pintura, escultura, tocar instrumentos musicales, etc.).
- Trabajos manuales (hacer punto, bordado, tejer, cestería, carpintería, etc.).
- Deportes (juegos de equipo, atletismo, carrera, escalada, natación, etc.).
- Aficiones (fotografía, jardinería, etc.).

b. Las destrezas y las habilidades interculturales

Este apartado incluye:

- La capacidad de relacionar entre sí la cultura de Origen y la cultura extranjera.

- La sensibilidad cultural y la capacidad de identificar y utilizar una variedad de estrategias para establecer contacto con personas de otras culturas.
- La capacidad de cumplir el papel de intermediario cultural entre la cultura propia y la Cultura extranjera, y de abordar con eficacia los malentendidos interculturales y las situaciones conflictivas.
- La capacidad de superar relaciones estereotipadas.

c. La competencia «existencial» (saber ser)

La actividad comunicativa de los usuarios o alumnos no sólo se ve afectada por sus conocimientos, su comprensión y sus destrezas, sino también por factores individuales relacionados con su personalidad y caracterizados por las actitudes, las motivaciones, los valores, las creencias, los estilos cognitivos y los tipos de personalidad que contribuyen a su identidad personal, y que comprenden:

1. Las actitudes; el grado que los usuarios o alumnos tienen de lo siguiente, por ejemplo:

- Apertura hacia nuevas experiencias, otras personas, ideas, pueblos, sociedades y culturas, en el interés que muestran hacia ello.
- Voluntad de relativizar la propia perspectiva cultural y el propio sistema de valores culturales.
- Voluntad y capacidad de distanciarse de las actitudes convencionales en cuanto a la diferencia cultural.

2. Las motivaciones:

- Intrínsecas y extrínsecas.
- Instrumentales e integradoras.
- Impulso comunicativo, la necesidad humana de comunicarse.

3. Los valores; por ejemplo, éticos y morales.

4. Las creencias; por ejemplo, religiosas, ideológicas, filosóficas.

5. Los estilos cognitivos:

- Convergente y divergente.
- Holístico, analítico y sintético.

6. Los factores de personalidad; por ejemplo:

- Locuacidad y parquedad.
- Espíritu emprendedor e indecisión.
- Optimismo y pesimismo.
- Introversión y extraversión.
- Actividad y pasividad.
- Personalidad con complejo de culpabilidad, acusadora y disciplinadora.
- El miedo y la vergüenza, o la personalidad liberada de ellos.
- Rigidez y flexibilidad.
- Mentalidad abierta y mentalidad cerrada.
- Capacidad memorística.
- Diligencia y pereza.
- Ambición y conformismo.
- Autoconciencia y falta de autoconciencia.

- Independencia y falta de independencia.
- Seguridad en sí mismo y falta de seguridad.
- Autoestima y falta de autoestima.

Los factores de actitud y de personalidad inciden enormemente no sólo en los papeles que cumplen los usuarios o alumnos de idiomas en los actos comunicativos, sino también en su capacidad de aprender. El desarrollo de una «personalidad intercultural» que comprenda tanto las actitudes como la toma de conciencia es considerado por muchos como una meta educativa importante en sí misma. A este respecto, surgen importantes cuestiones éticas y pedagógicas, como, por ejemplo:

- Hasta qué punto el desarrollo de la personalidad puede ser un objetivo educativo explícito.
- Cómo se reconcilia el relativismo cultural con la integridad ética y moral.
- Qué factores de personalidad facilitan o impiden el aprendizaje y la adquisición de una lengua extranjera o de una segunda lengua.
- Cómo se puede ayudar a los alumnos a que aprovechen sus cualidades para vencer sus carencias.
- Cómo se pueden reconciliar la diversidad de personalidades y los obstáculos impuestos en y por los sistemas educativos.

d. La capacidad de aprender (saber aprender)

Nuevas experiencias, y de incorporar conocimientos nuevos a los conocimientos existentes, modificando éstos cuando sea necesario. Las capacidades de aprendizaje de lenguas se desarrollan en el curso de la experiencia de aprendizaje. Permiten al alumno abordar con mayor eficacia e independencia los nuevos desafíos del aprendizaje de la lengua para ver qué opciones existen y hacer un mejor uso de las oportunidades. La capacidad de aprender tiene varios componentes, como, por ejemplo, la reflexión sobre

el sistema de la lengua y la comunicación, las destrezas fonéticas generales, las destrezas de estudio y las destrezas de descubrimiento y análisis.

La reflexión sobre el sistema de la lengua y la comunicación

La sensibilidad hacia la lengua y hacia el uso de la lengua, que supone el conocimiento y la comprensión de los principios según los cuales se organizan y se utilizan las lenguas, permite que se asimile la nueva experiencia en un marco ordenado, y que se acepte como un enriquecimiento. De ese modo, la nueva lengua se puede aprender y utilizar con mayor facilidad, y no se la considera una amenaza para el sistema lingüístico ya establecido del alumno, lo cual a menudo se considera normal y «natural».

La reflexión sobre el sistema fonético y las destrezas correspondientes

Muchos egresados verán facilitada su capacidad de pronunciación de las nuevas lenguas por medio de:

- La capacidad de distinguir y de producir sonidos corrientes y estructuras prosódicas.
 - La capacidad de percibir y de concatenar secuencias desconocidas de sonidos.
 - La capacidad, como oyente, de convertir (es decir, de dividir en partes distintivas y significativas) una corriente continua de sonido en una cadena significativa y estructurada de elementos fonológicos.
-
- La comprensión o dominio de los procesos de percepción y producción de sonido aplicables al aprendizaje de una nueva lengua.

Estas destrezas fonéticas generales se distinguen de la capacidad de pronunciar una lengua concreta.

Las destrezas de estudio

Estas destrezas comprenden:

- La capacidad de hacer un uso eficaz de las oportunidades de aprendizaje creadas por las situaciones de enseñanza; por ejemplo:

- Mantener la atención sobre la información presentada.
 - Comprender la intención de la tarea establecida.
 - Colaborar con eficacia en parejas y en grupos de trabajo.
 - Hacer un uso rápido, activo y frecuente de la lengua aprendida.
- La capacidad de utilizar materiales disponibles para el aprendizaje independiente.
 - La capacidad de organizar y utilizar materiales para el aprendizaje auto dirigido.
 - La capacidad de aprender con eficacia (tanto desde el punto de vista lingüístico como Sociocultural), partiendo de la observación directa de los acontecimientos de comunicación y de la participación en ellos mediante el desarrollo de destrezas perceptivas, analíticas y heurísticas (de descubrimiento y análisis).
 - El reconocimiento de las cualidades y las carencias propias como alumno.
 - La capacidad de identificar las necesidades y las metas propias.
 - La capacidad de organizar las estrategias y los procedimientos propios para conseguir estos fines de acuerdo con las características y los recursos que cada uno tiene.

Las destrezas heurísticas (de descubrimiento y análisis)

- La capacidad que tiene el alumno de adaptarse a la nueva experiencia (lengua nueva, personas nuevas, nuevas formas de comportamiento, etc.) y de ejercer otras competencias (por ejemplo, observando, captando la importancia de lo que se observa, analizando, infiriendo, memorizando, etc.) en la situación específica de aprendizaje.
- La capacidad que tiene el alumno (sobre todo, a la hora de usar recursos de referencia de la lengua meta) de encontrar, comprender y, si es necesario, transmitir nueva información.
- La capacidad de utilizar nuevas tecnologías (por ejemplo, para buscar información en bases de datos, hipertextos, etc.).

e. Las competencias comunicativas de la lengua

Alumnos ejercen sus capacidades generales, como se ha detallado anteriormente, junto con una competencia comunicativa más específicamente relacionada con la lengua. La competencia comunicativa en este sentido limitado tiene los siguientes componentes:

- Las competencias lingüísticas.
- Las competencias sociolingüísticas.
- Las competencias pragmáticas.

1.1. Las competencias lingüísticas

Nunca se ha elaborado una descripción completa y exhaustiva de ninguna lengua como un sistema formal para la expresión de significados. Los sistemas lingüísticos son enormemente complejos y la lengua de una sociedad amplia, diversificada y avanzada nunca llega a ser dominada por ninguno de sus usuarios; ni puede ser así, pues cada lengua sufre una evolución continua como respuesta a las exigencias de su uso en la comunicación. La mayoría de los estados nacionales ha intentado establecer una forma normalizada de la lengua, aunque nunca exhaustivamente pormenorizada.

Para su presentación, el modelo de descripción lingüística utilizado para la enseñanza del corpus lingüístico en cuestión sigue siendo el mismo modelo que se empleó para las lenguas clásicas ya muertas. Sin embargo, este modelo «tradicional» fue rechazado hace más de cien años por la mayoría de los lingüistas profesionales, que afirmaron que las lenguas había que describirlas tal y como existen en el uso, y no como alguna autoridad cree que deberían ser descritas, y que el modelo tradicional, al haber sido desarrollado para un tipo concreto de lenguas, resultaba inadecuado para la descripción de sistemas lingüísticos que tienen una organización muy diferente.

No obstante, ninguna de las muchas propuestas de modelos alternativos ha conseguido la aceptación general. De hecho, se ha negado la posibilidad de que exista un modelo

universal de descripción para todas las lenguas. Los trabajos recientes sobre los universales lingüísticos no han producido todavía resultados que puedan ser utilizados directamente para facilitar el aprendizaje, la enseñanza y la evaluación de lenguas. La mayoría de los lingüistas descriptivos se contentan ahora con codificar la práctica, relacionando la forma y el significado y utilizando una terminología que difiere de la práctica tradicional sólo cuando resulta necesario abordar fenómenos que están fuera de la serie de modelos tradicionales de descripción. Éste es el enfoque adoptado en la sección 4.2, que procura determinar y clasificar los componentes principales de la competencia lingüística, definidos como el conocimiento de los recursos formales y la capacidad para utilizarlos. A partir de estos componentes, se pueden articular y formular mensajes bien formados y significativos. El esquema siguiente sólo pretende ofrecer, como instrumentos de clasificación, algunos parámetros y categorías que pueden resultar útiles para la descripción del contenido lingüístico y como base para la reflexión. Los profesionales que prefieran utilizar un marco de referencia distinto son libres, en este asunto como en cualquier otro, de hacerlo.

El progreso en el desarrollo de la capacidad que tiene un alumno de utilizar los recursos lingüísticos se puede clasificar por escalas. De esa forma se presenta a continuación:

1.2. La competencia léxica

La competencia léxica, que es el conocimiento del vocabulario de una lengua y la capacidad para utilizarlo, se compone de elementos léxicos y elementos gramaticales.

Los **elementos léxicos** comprenden:

- a) Expresiones hechas, que se componen de varias palabras que se utilizan y se aprenden como un todo. Las expresiones hechas incluyen:

- **Fórmulas fijas, que comprenden:**

- Exponentes directos de funciones comunicativas (véase la sección 5.2.3.2), como, por ejemplo, saludos: *Encantado de conocerle, buenos días, etc.*
- Refranes, proverbios, etc. (véase la sección 5.2.2.3).

– Arcaísmos residuales; por ejemplo: *Desfacer entuertos, válgame Dios*.

• **Modismos; a menudo:**

– Metáforas lexicalizadas, semánticamente opacas; por ejemplo: *Estiró la pata* (murió).

– *Se quedó de piedra* (se quedó asombrado). *Estaba en las nubes* (no prestaba atención).

– Intensificadores, ponderativos o epítetos. Su uso es a menudo contextual y estilísticamente restringido; por ejemplo: *Blanco como la nieve* (= «puro»), como opuesto a *blanco como la pared* (= «pálido»).

• *Estructuras fijas*, aprendidas y utilizadas como conjuntos no analizados, en los que se insertan palabras o frases para formar oraciones con sentido; por ejemplo: «*Por favor, ¿Sería tan amable de + infinitivo...?*».

• **Otras frases hechas, como:**

– Verbos con régimen preposicional; por ejemplo: *Convencerse de, alinearse con, atreverse*.

– Locuciones prepositivas; por ejemplo: *Delante de, por medio de*.

• Régimen semántico: expresiones que se componen de palabras que habitualmente se utilizan juntas; por ejemplo: Cometer un crimen/error, ser culpable de (algo malo), disfrutar de (algo bueno).

b) Polisemia: una palabra puede tener varios sentidos distintos; por ejemplo: *tanque*, un recipiente de líquido, o un vehículo armado y blindado; o *banco*, lugar para sentarse o entidad financiera. Estas palabras incluyen miembros de las clases abiertas de palabras: sustantivo, verbo, adjetivo, adverbio, aunque éstas pueden incluir conjuntos léxicos cerrados (por ejemplo: días de la semana, meses del año, pesos y medidas, etc.). Se pueden establecer otros conjuntos léxicos con fines gramaticales y semánticos

Los **elementos gramaticales** pertenecen a clases cerradas de palabras; por ejemplo:

- Artículos (el, la, los, las...)
- Cuantificadores (algo, poco, mucho...)
- Demostrativos (éste, ésta, éstos, éstas...)

- Pronombres personales (yo, tú, él, ella, nosotros...)
- Pronombres relativos y Adverbios interrogativos (qué, cuál, quién, dónde, cómo, cuándo)
- Posesivos (mí, tu, su...)
- Preposiciones (a, ante, bajo, cabe, con, contra...)
- Verbos auxiliares (ser, estar, haber...)
- Conjunciones (y, o, pero, aunque...)

Las escalas ilustrativas están disponibles para la gradación del conocimiento de vocabulario y para la capacidad de controlar ese conocimiento.

Tabla 2: Significado del dominio del vocabulario

RIQUEZA DE VOCABULARIO	
C2	Tiene un buen dominio de un repertorio léxico muy amplio, que incluye expresiones idiomáticas y coloquiales; muestra que es capaz de apreciar los niveles connotativos del significado.
C1	Tiene un buen dominio de un amplio repertorio léxico que le permite superar con soltura sus deficiencias mediante circunloquios; apenas se le nota que busca expresiones o que utiliza estrategias de evitación. Buen dominio de expresiones idiomáticas y coloquiales.
B2	Dispone de un amplio vocabulario sobre asuntos relativos a su especialidad y sobre temas más generales. Varía la formulación para evitar la frecuente repetición, pero las deficiencias léxicas todavía pueden provocar vacilación y circunloquios.
B1	Tiene suficiente vocabulario para expresarse con algún circunloquio sobre la mayoría de los temas pertinentes para su vida diaria, como, por ejemplo, familia, aficiones e intereses, trabajo, viajes y hechos de actualidad.
A2	Tiene suficiente vocabulario para desenvolverse en actividades habituales y en transacciones cotidianas que comprenden situaciones y temas conocidos.
	Tiene suficiente vocabulario para expresar necesidades comunicativas básicas. Tiene suficiente vocabulario para satisfacer necesidades sencillas de supervivencia.
A1	Tiene un repertorio básico de palabras y frases aisladas relativas a situaciones concretas.

DOMINIO DEL VOCABULARIO	
C2	Utiliza con consistencia un vocabulario correcto y apropiado.
C1	Pequeños y esporádicos deslices, pero sin errores importantes de vocabulario.
B2	Su precisión léxica es generalmente alta, aunque tenga alguna confusión o cometa alguna incorrección al seleccionar las palabras, sin que ello obstaculice la comunicación.
B1	Manifiesta un buen dominio del vocabulario elemental, pero todavía comete errores importantes cuando expresa pensamientos más complejos, o cuando aborda temas y situaciones poco frecuentes.
A2	Domina un limitado repertorio relativo a necesidades concretas y cotidianas.
A1	No hay descriptor disponible.

Fuente: Marco Común Europeo.
Elaboración: Propia.

1.3. La competencia gramatical

La competencia gramatical se puede definir como el conocimiento de los recursos gramaticales de una lengua y la capacidad de utilizarlos.

Formalmente, la gramática de una lengua se puede considerar como un conjunto de principios que rigen el ensamblaje de elementos en compendios (oraciones) con significado, clasificados y relacionados entre sí. La competencia gramatical es la capacidad de comprender y expresar significados expresando y reconociendo frases y oraciones bien formadas de acuerdo con estos principios (como opuesto a su memorización y reproducción en fórmulas fijas). La gramática de cualquier lengua en este sentido es enormemente compleja, y hasta ahora se resiste a un tratamiento concluyente o exhaustivo. Hay varias teorías y modelos en conflicto sobre la organización de palabras en oraciones. No es competencia del *Marco de referencia* valorarlas ni preconizar el uso de ninguna, sino más bien procurar que los usuarios manifiesten cuál han decidido adoptar y qué consecuencias tiene esa elección para su práctica. Aquí nos limitamos a señalar algunos parámetros y categorías que se han utilizado ampliamente en la descripción gramatical.

La descripción de la organización gramatical supone la especificación de:

- **Elementos**; por ejemplo: morfemas y alomorfos raíces y afijos palabras
- **Categorías**; por ejemplo: número, caso, género concreto/abstracto, contable/incontable transitivo/intransitivo, voz activa/voz pasiva tiempo pasado/presente/futuro aspecto perfectivo/imperfectivo
- **Clases**; por ejemplo: conjugaciones declinaciones clases abiertas de palabras: sustantivos, verbos, adjetivos, adverbios, clases cerradas de palabras (elementos gramaticales:
- **estructuras**; por ejemplo: palabras compuestas y complejas sintagmas: (nominal, verbal, etc.) cláusulas: (principal, subordinada, coordinada) oraciones: (simple, compuesta)

- **Procesos** (descriptivos); sustantivación por ejemplo: afijación flexión gradación transposición, transformación, régimen, (sintáctico o semántico).

- **relaciones**; por ejemplo: concordancia (gramatical o *ad sensum*) Valencias

Hay disponible una escala ilustrativa para la corrección gramatical. Esta escala hay que verla en relación con la correspondiente a la competencia lingüística general mostrada al principio de esta sección. No se considera posible elaborar una escala de la progresión relativa a la estructura gramatical que sea aplicable a todas las lenguas.

Tabla 3: Correlación Gramatical

	CORRECCIÓN GRAMATICAL
C2	Mantiene un consistente control gramatical sobre un repertorio lingüístico complejo, incluso cuando su atención se centra en otras actividades (por ejemplo, en la planificación de lo que sigue, en el seguimiento de las reacciones de los demás).
C1	Mantiene un alto grado de corrección gramatical de modo consistente; los errores son escasos y apenas se notan.
B2	Buen control gramatical; todavía puede cometer «deslices» esporádicos, errores no sistemáticos y pequeños fallos en la estructura de la frase, pero son escasos y a menudo puede corregirlos retrospectivamente. Manifiesta un grado relativamente alto de control gramatical. No comete errores que produzcan malentendidos.
B1	Se comunica con razonable corrección en situaciones cotidianas; generalmente tiene un buen control gramatical, aunque con una influencia evidente de la lengua materna. Comete errores, pero queda claro lo que intenta expresar.
	Utiliza con razonable corrección un repertorio de «fórmulas» y estructuras habituales relacionadas con las situaciones más predecibles.
A2	Utiliza algunas estructuras sencillas correctamente, pero sigue cometiendo errores básicos sistemáticamente; por ejemplo, suele confundir tiempos verbales y olvida mantener la concordancia; sin embargo, suele quedar claro lo que intenta decir.
A1	Manifiesta un control limitado sobre unas pocas estructuras gramaticales y sintácticas sencillas dentro de un repertorio aprendido.

Fuente: Marco Común Europeo

Elaboración: Propia

1.3.1. La competencia sociolingüística

La competencia sociolingüística comprende el conocimiento y las destrezas necesarias para abordar la dimensión social del uso de la lengua. Como se destacó respecto a la competencia sociocultural, puesto que la lengua es un fenómeno sociocultural, gran parte de lo que contiene el *Marco de referencia*, respecto a este ámbito, resulta adecuado para la competencia sociolingüística. Los asuntos tratados aquí son los que se relacionan específicamente con el uso de la lengua y que no se abordan en otra parte: los

marcadores lingüísticos de relaciones sociales, las normas de cortesía, las expresiones de la sabiduría popular, las diferencias de registro, el dialecto y el acento.

1.3.2. Los marcadores lingüísticos de relaciones sociales

Naturalmente, estos marcadores difieren ampliamente según las distintas lenguas y culturas, dependiendo de factores tales como:

- a) el estatus relativo
- b) la cercanía de la relación
- c) el registro del discurso, etc.

- Uso y elección del saludo:

- Al llegar a un sitio; por ejemplo: *Hola, buenos días...*
- Presentaciones; por ejemplo: *Encantado, ¿cómo estás?...*
- Despedidas; por ejemplo: *Adiós, hasta luego, hasta mañana...*

- Uso y elección de formas de tratamiento:

- *Solemne*; por ejemplo: *Usía, su ilustrísima...*
- *Formal*; por ejemplo: *Señor, señora, señorita* + apellido, doctor, profesor + apellido.
- *Informal*; por ejemplo: *Juan, Susana*, sólo el nombre de pila, sin forma de tratamiento.
- *Familiar*; por ejemplo: *Cariño, amor, mi vida*.
- *Perentorio*; por ejemplo: sólo el apellido, como: *¡Sánchez, tú, aquí!*
- *Insulto ritual*; por ejemplo: *idiota, tonto* (a menudo, de forma cariñosa).

- Convenciones para los turnos de palabra.

- Uso y elección de interjecciones y frases interjectivas (por ejemplo, *¡Dios mío!, ¡Venga ya!, ¡Hay que ver!...*).

Tabla 4: Adecuación Sociolingüística.

ADECUACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA	
C2	Tiene un buen dominio de expresiones idiomáticas y coloquiales, y sabe apreciar los niveles connotativos del significado. Es plenamente consciente de las implicaciones de carácter sociolingüístico y sociocultural en el uso de la lengua por parte de los hablantes nativos, y sabe reaccionar en consecuencia. Media con eficacia entre hablantes de la lengua meta y de la de su comunidad de origen, teniendo en cuenta las diferencias socioculturales y sociolingüísticas.
C1	Reconoce una gran diversidad de expresiones idiomáticas y coloquiales, y aprecia cambios de registro; sin embargo, puede que necesite confirmar detalles esporádicos, sobre todo, si el acento es desconocido. Comprende las películas que emplean un grado considerable de argot y de uso idiomático. Utiliza la lengua con flexibilidad y eficacia para fines sociales, incluyendo los usos emocional, alusivo y humorístico.
B2	Se expresa con convicción, claridad y cortesía en un registro formal o informal que sea adecuado a la situación y a la persona o personas implicadas.
	Sigue con cierto esfuerzo el ritmo de los debates, e interviene en ellos aunque se hable con rapidez y de forma coloquial. Se relaciona con hablantes nativos sin divertirlos o molestarlos involuntariamente, y sin exigir de ellos un comportamiento distinto al que tendrían con un hablante nativo. Se expresa apropiadamente en situaciones diversas y evita errores importantes de formulación.
B1	Sabe llevar a cabo una gran diversidad de funciones lingüísticas, utilizando los exponentes más habituales de esas funciones en un registro neutro. Es consciente de las normas de cortesía más importantes y actúa adecuadamente. Es consciente de las diferencias más significativas que existen entre las costumbres, los usos, las actitudes, los valores y las creencias que prevalecen en la comunidad en cuestión y en la suya propia, y sabe identificar tales diferencias. Sabe llevar a cabo funciones básicas de la lengua como, por ejemplo, intercambiar y solicitar información; asimismo, expresa opiniones y actitudes de forma sencilla.
A2	Se desenvuelve en las relaciones sociales con sencillez pero con eficacia, utilizando las expresiones más sencillas y habituales y siguiendo fórmulas básicas. Se desenvuelve en intercambios sociales muy breves utilizando fórmulas cotidianas de saludo y de tratamiento. Sabe cómo realizar y responder a invitaciones y sugerencias, pedir y aceptar disculpas, etc.
A1	Establece contactos sociales básicos utilizando las fórmulas de cortesía más sencillas y cotidianas relativas a saludos, despedidas y presentaciones, y utiliza expresiones del tipo «por favor», «gracias», «lo siento», etc.

Fuente: Marco Común Europeo

Elaboración: Propia.

1.3.3. Las competencias pragmáticas

De los principios según los cuales los mensajes:

- a) se organizan, se estructuran y se ordenan («competencia discursiva»);
- b) se utilizan para realizar funciones comunicativas («competencia funcional»);
- c) se secuencian según esquemas de interacción y de transacción («competencia organizativa»)

- **La competencia discursiva** es la capacidad que posee el usuario o alumno de ordenar oraciones en secuencias para producir fragmentos coherentes de lengua. Comprende el conocimiento de la ordenación de las oraciones y la capacidad de controlar esa ordenación en función de:

- Los temas y las perspectivas.
- Que las oraciones estén ya dadas o que sean nuevas.
- La secuencia «natural»; por ejemplo, temporal: *Él se cayó y yo lo golpeé*, como opuesta a *Yo lo golpeé y él se cayó*.
- Relaciones de causa y efecto (o viceversa): los precios están subiendo, las personas quieren salarios más altos.

- La capacidad de estructurar y controlar el discurso en función de:

- La organización temática.
- La coherencia y la cohesión.
- La ordenación lógica.
- El estilo y el registro.
- La eficacia retórica.

– El *principio de cooperación* (Grice, 1975): «Realice su intervención tal y como se le pide, en la etapa en la que ocurra, mediante la finalidad o dirección aceptadas del intercambio hablado en el que usted participa, observando las máximas siguientes:

- La calidad (intente que su intervención sea verdadera).
- La cantidad (procure que su intervención sea tan informativa como haga falta, pero La relación (no diga lo que no sea relevante).

- El modo (sea breve y ordenado; evite la oscuridad y la ambigüedad)».

Si se desea desviarse de estos criterios como base para conseguir una comunicación sencilla y eficaz, debería ser por una finalidad específica, y no debido a la incapacidad de cumplirlos.

- **La organización del texto:** conocimiento de las normas de organización de la información de la comunidad en cuestión relativas a, por ejemplo:

- Cómo se estructura la información en la realización de las distintas macro funciones (Descripción, narración, exposición, etc.).
- Cómo se cuentan las historias, las anécdotas, los chistes, etc.
- Cómo se desarrolla una argumentación (en el mundo del Derecho, en debates, etc.).
- Cómo se elaboran, se señalan y se secuencian los textos escritos (redacciones, cartas formales, etc.).

Discurso:

- Flexibilidad ante las circunstancias.
- Turno de palabra (también presentado en la sección de estrategias de interacción).
- Desarrollo de descripciones y narraciones.
- Coherencia y cohesión.

2.2.4. COMPETITIVIDAD**A. Definición**

Benzaquen, J. (2010), ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa. La productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes y servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir, su uso eficiente o la relación entre los resultados obtenidos con respecto de los recursos usados y el tiempo que toma conseguirlos.

B. Teorías del comercio internacional: una aplicación al análisis de la competencia.

Flores, D., Barrozo, M. (2012), explica, en primer lugar, las características de los flujos comerciales entre países y, por tanto, la especialización de éstos en la producción y el comercio exterior de determinadas mercancías, sean éstas bienes o servicios. Dentro de las teorías del comercio internacional vamos a analizar: la teoría clásica del comercio internacional, la teoría neoclásica del comercio internacional y las nuevas teorías del comercio internacional, prestando especial atención a las diferencias que se identifican entre ambas.

C. La Competitividad en los negocios.

Becerra, R. (2011), Las variables del mercado internacional son muchas más que las del mercado interno y a veces tan incontrolables como la tempestad. Las normas, los idiomas, la moneda, los gustos, la tecnología, la competencia, etc., son algunos de los tantos factores que podríamos mencionar, por lo que las estrategias que se aplican para desarrollar en un mercado interno no servirían si se trata de conquistar un universo más

amplio, se necesita buscar nuevos elementos, nuevos factores que permitan introducir y competir a todo nivel en esos mercados tan deseados.

La competitividad consiste en la búsqueda de nuevas ideas, nuevos enfoques, que permiten la ratificación de las acciones o la reflexión sobre lo que acontece y saber cómo actuar ante diversas inquietudes que dan "vuelta sobre nuestras cabezas".

Las organizaciones, que son el motor principal del desarrollo de un país, tienen dos razones específicas "para iniciar ¡ya! un cambio", la primera podríamos decir que es voluntaria, porque la dirección es la que tomara la decisión y la iniciativa de buscar la competitividad para su empresa y la segunda sería contractual porque es la que exigirá el cliente, ya que para conservarlo, la empresa deberá insertar en su organigrama de funcionamiento sistemas para gestionar la calidad en los procesos, por lo que sus compradores o clientes, siempre van a preferir productos de una empresa que les asegure calidad, es decir calidad en su funcionamiento.

Recordar que todo esto es un proceso en cadena y quedarse fuera significaría perder toda competitividad y la oportunidad de conquistar un gran universo. La visión de la competitividad en los negocios, siempre se ha mantenido hacia afuera. Los objetivos, el trabajo, los procesos, las estrategias, siempre han sido enfocadas hacia el mercado externo, es decir, hacia la amplitud del gran universo; sin embargo, las organizaciones deberán estar dispuestas a dejar de ver las cosas de manera más general y retornar primero a la conquista de su propio mundo para ver hacia adentro de su propia organización, solo así podrá decidir si se mantienen algunas estrategias, si es necesario reforzar otras o quizá ya es hora de cambiarlas, deberá visualizar muchos aspectos, reordenar sus ideas, ratificar acciones o considerar nuevos enfoques.

Para éxito empresarial, lo primero a realizar no es apuntar hacia el mercado externo, porque para llegar a conquistarlos, deben estar verdaderamente preparados, los esfuerzos no son aislados, recuerda, que estos deben involucrarse a toda la organización, no solo el crecimiento y grandes rendimientos económicos y financieros deberán ser las metas sino también darle la importancia necesaria al capital humano.

El Perú actualmente tiene una economía abierta al comercio internacional esto se ve reflejado en los diferentes tratados de libre comercio que se han firmado y otros que

están en proceso de negociación. Por ello las empresas deberán estar preparadas para este tipo de competencias, conociendo las diferentes técnicas que les permitan ejecutar eficientemente una gestión internacional en los diferentes mercados del mundo.

Los factores que pueden ser limitantes para que el proceso de desarrollo de la competitividad en los negocios internacionales se vea cada más lento son:

Tabla 5: Factores Limitantes al desarrollo de la competitividad

Enfoque del negocio hacia un mercado interno.
Desconocimiento de los mercados externos.
Excesiva dependencia de los productos primarios.
Necesidad de desarrollar oferta exportable.

*Fuente: Marco Común Europeo
Elaboración: Propia*

Factores que hagan ser competitivos, es también necesario analizar más oportunidades de negocio, dentro de ellas se tiene a la exportación como un importante agente de desarrollo el cual permitirá:

Tabla 6: Factores Competitivos

Mejorar el nivel de vida
Aumentar la capacidad adquisitiva
Activar el mercado
Expansión de los negocios
Oportunidades de empleo
Aumento de los ingresos.

*Fuente: Marco Común Europeo
Elaboración: Propia.*

E. Impacto de competitividad.

Mayenberger, C. Rivera, A.(2012) , en la actualidad las tecnologías de información y comunicaciones (TIC) dentro de los entornos globales de competencia, son imprescindibles para que las empresas inmersas en estos generen valor y logren posicionarse en niveles de competitividad de clase mundial. Se ha observado que el solo uso de las TIC como herramientas de soporte administrativo no garantiza la competitividad y la creación de valor, si estas no son utilizadas debidamente. Para que las TIC sean un habilitador diferenciador de las organizaciones, es necesario concentrar su utilización en las competencias claves de negocio de las empresas y articularlas en conjunto con las condiciones externas de sus entornos regionales.

F. Inserción Laboral

Alberti G., Villena J. (2012) Inserción Laboral se refiere a las condiciones de empleabilidad y ocupabilidad 4 de los graduados universitarios, en términos de las competencias profesionales claves requeridas en dichas dimensiones (tanto para el empleo dependiente como independiente), la calidad de la inserción laboral y, en especial, el contexto de trabajo donde se insertan. En este sentido, se pueden mencionar las siguientes variables:

- a) Perfiles del nivel de empleabilidad por profesión, por región geográfica y por sector productivo.
- b)) Condiciones para la inserción laboral, tanto de profesionales universitarios como de posgrados, por regiones geográficas y sectores productivos.
- c)) Condiciones laborales del contexto profesional por regiones geográficas y sectores productivos (remuneraciones, protección social, género, seguridad en el trabajo, trabajo decente, entre otras.
- d) Competencias para el empleo y el emprendimiento.
- e) Perfiles de nuevos profesionales que demandan el sector público y el sector privado en sus procesos de desarrollo por regiones geográficas.

G. Tipo de Empleo

Sector privado

VERDERA F. (2012) El empleo en Lima ha crecido gracias al mayor empleo en el sector privado que ha absorbido a parte de los trabajadores desplazados del sector público y que también, aunque de manera sumamente irregular, ha reemplazado al empleo no asalariado como mayor fuente de generación de empleo, sea por la absorción de parte de los desplazados del sector público o por el aumento de la PEA. Esto no significa que no aumentara también el desempleo por estas mismas razones: el incremento de la PEA de Lima y despidos en el sector público. El número absoluto de desempleados sube de alrededor de 100 mil en 1987 a 211 mil en 1995, llegando a ser 274 mil en 1993. En otras palabras, mientras que el empleo creció en promedio 6.1% al año entre 1987 y 1995, el desempleo lo hizo a 9.8%. El aumento de nuevos empleos netos muestra una gran fluctuación, la misma que se debe a la oscilación del empleo privado y a la reducción del empleo público. En cambio, la absorción de empleo por parte del sector no asalariado es más estable, jugando un rol de amortiguador, aunque muestra un leve declive desde su pico en 1992.

Sector público

VERDERA F. (2012) En este acápite presentamos una estimación del empleo resultante de las acciones del gobierno en materia de fomento del empleo y a través de los programas de inversión pública y alivio a la pobreza. Empleos anuales generados en el año 1994, como consecuencia tanto de los incentivos legales dispuestos por el D. Leg.728, de Fomento del Empleo, como de los numerosos programas destinados principalmente al alivio de la pobreza, pero que tienen un importante componente o efecto de generación de empleo. Antes de comentar los resultados obtenidos debemos señalar las principales limitaciones de esta estimación: Sumamos empleos permanentes con empleos temporales que han sido convertidos a empleos permanentes sobre la base de promedios de duración de los diferentes tipos de empleos temporales. De modificarse las equivalencias para estas conversiones se alterarán los resultados. En el caso de los incentivos legales no es posible establecer si son empleos adicionales o si se trata del reemplazo de trabajadores antiguos o estables por trabajadores jóvenes o en regímenes

de contratos o de subcontratación. Entre los años 1991 y 1992, por efecto de la dación del D. Leg. 728, sí se observa una sustitución, puesto que el empleo total apenas aumenta (véase el Cuadro 7). No se cubren todos los programas de empleo que llevan a cabo los organismos públicos, por ejemplo, los programas de crédito a pequeñas empresas de COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo) o las bolsas de trabajo de SENATI o SENCICO (Servicio Nacional de Capacitación en la Industria de la Construcción). Se abarca sólo el sector público para el año 1994. De una parte, el sector privado y las ONG despliegan también acciones en materia de creación de empleos y, de otra, en 1995 se han iniciado nuevos programas como son los de Caminos Rurales y de Reconversión Laboral.

Según nivel educativo

INEI (2013 - 2014), La informalidad afecta más a los menos calificados, así el 94,5% de los ocupados con educación primaria o menor nivel cuentan con empleo informal, entre las mujeres éste porcentaje es de 95,9% y en los varones de 92,9%. A diferencia, entre los ocupados más calificados, aquellos que cuentan con educación universitaria el 40,0% se ven afectado por la informalidad, entre las mujeres el 41,5% y en los hombres el 38,8%.

Tabla 7: Población Ocupada con Empleo informal por sexo, según nivel educativo 2008 y 2013.

Nivel educativo	2008			2013		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Total	79,1	75,7	83,6	73,7	70,7	77,6
A lo más Primaria	95,8	94,0	97,4	94,5	92,9	95,9
Secundaria	84,1	81,1	38,8	30,4	77,1	85,6
Sup. No Universitaria	62,4	58,6	57,3	53,7	48,3	59,0
Sup. Universitario	44,2	41,3	48,1	40,4	38,8	41,5

1/ Incluye sin Nivel e inicial.

Fuente: Instituto Nacional de estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Elaboración: Propia

Sueldos y Salarios

Díaz N., Elia S., Saavedra U., Laura P., Valencia P., & Héctor F. (2010) El Salario es toda retribución que percibe el hombre a cambio de un servicio que ha prestado con

su trabajo. Un elemento vital para mantener a la compensación adecuada. Los empleados salario justo por su contribución productiva. La administración de sueldos y salarios es el conjunto de procedimientos que trata de establecer y mantener estructuras de salarios equitativas y justas en la organización.

Su objetivo principal es atraer, retener y motivar al personal. En relación con el concepto de salario se puede decir que:

1. Se debe procurar mantener el equilibrio interno de los salarios en los sueldos devengados en puestos similares dentro de la organización. El equilibrio interno se alcanza por medio de informaciones de la valuación de puestos, lo cual se basa en un programa previo de descripción y análisis.
2. Mantener un equilibrio externo con los salarios de los puestos similares de otras empresas que actúen en el mercado de trabajo de la empresa.
3. El equilibrio externo se alcanza por medio de informaciones externas, obtenidas por medio de la investigación de salarios llamada encuesta regional de salarios.

Diferencia entre salario y sueldo

Díaz N., Elia S., Saavedra U., Laura P., Valencia P., & Héctor F. (2010) Los salario se paga por hora o por día, aunque se liquide semanal mente de ordinario. El sueldo se paga por mes o por quincena. Pero la verdadera diferencia entre ambos conceptos es de índole sociológica: El salario se aplica más bien a trabajos manuales o de taller. El sueldo, a trabajos intelectuales, administrativos, de supervisión, o de oficio.

Conceptos generales del salario

Díaz N., Elia S., Saavedra U., Laura P., Valencia P., & Héctor F. (2010) El salarios representan la base del patrón de vida del empleado, de su comodidad, de sus servicios y de las reservas financieras que proporciona para sí y para su familia. El salario percibido determina el estatus del empleado, en su comunidad, el cual es evaluado por su ganancia material, más aún, por su tipo de trabajo, el cual algunas veces sólo puede ser conocido por su superior. Dentro de la compañía el salario también puede ser una fuente de estatus, ya que en comparación con los salarios percibidos por los demás sirve

como medida de la importancia relativa que el puesto y el ocupante poseen por su compañía.

Por sus límites

- Mínimo. Es la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo. Deberá ser suficiente para satisfacer las necesidades del trabajador.

- Legal. Es el que la ley señala

- General. Se paga obligatoriamente a toda clase de labores.

- Profesional. Debe cubrirse como mínimo a determinadas actividades. Por su calificación, exige para los empleados una remuneración mayor. Este salario se fija por ramas.

- Contractual. Según lo que la empresa establezca en el contrato.

- Máximo. Es el más alto que producción costeable.

Puestos Calificados

Diferenciales de ingreso

Verbera. F. (2013) Una vez detectada la mayor heterogeneidad ocupacional y la reducción en la dispersión de ingresos, surge como interrogante si existen o no diferencias significativas entre los ingresos de los grupos de trabajadores. Para verificar esta hipótesis podemos asignar variables a cada grupo de trabajadores, utilizando el primer grupo, empleados privados profesionales, como grupo base. Si se encuentran coeficientes con diferencias estadísticamente significativas y éstas persisten en el tiempo, ello puede considerarse como una prueba de la segmentación de ingresos entre grupos de trabajadores. Como variables explicativas - determinantes del ingreso laboral- elegiremos la educación en años, lo que se puede tomar como proxy y del grado de calificación individual, y el tamaño de la empresa, según el número de trabajadores, como expresión de la estructura económica. Ciertamente, esta última variable tiene sentido en el caso de los trabajadores dependientes.

Tabla 8: Estratificación del Mercado de Trabajo.

Estratificación del mercado de trabajo según grupos de trabajadores				
Mercados de trabajo	Empleador o demanda	Oferta según calificación	Evolución del empleo	Nivel de ingreso relativo
Empleados privados	Empresas			
Profesionales		Calificados	Incremento	Muy alto
No profesionales		Semi-calific.	Reducción	Promedio
Empleados públicos	Estado			
Profesionales		Calificados	Incremento	Alto
No profesionales		Semi-calific.	Constante	Bajo
Obreros privados	Empresas	Semi-calific.		
Sindicalizados	>20 a/		Reducción	Bajo
No sindicalizados			Incremento	Muy bajo
Independientes	Consumidores			
Profesionales b/		Calificados	Incremento	Alto
Conductores b/		Semi-calific.	Reducción	Promedio
No profesionales		Semi-calific.	Constante	Promedio
Vendedores ambulantes	Consumidores	No-calific.	Incremento	Bajo
Trabajadores domésticos	Hogares	No-calific.	Reducción	Muy bajo

Fuente: Verbera F.

Elaboración: Propia.

Evolución de Mercado

Alberti G., Villena J. (2012) En este punto, se considera que existen diferentes demandas de información de los actores, por lo que se requiere identificar sus características, sus intereses y sus necesidades particulares. Esto es:

a) En el caso de los graduados/as: los procesos referidos a la orientación, inserción y permanencia laboral; la relación entre la empleabilidad y la ocupabilidad para medir la calidad de la formación; la formación a lo largo de la vida como un área de gestión permanente; la habilitación profesional y la generación de vínculos entre las IES y aquellos que egresan a través del concepto de «Alma Máter» o comunidad de graduados/as.

b) En el caso de los empleadores (especialmente de las pymes): es interesante destacar aquellos problemas que se generan a partir de la heterogeneidad empresarial y las dificultades para desarrollar una mayor competitividad (p. ej., la gestión del riesgo y de los costes ocultos de los negocios; los cambios paradigmáticos

como es el caso de las nuevas normas contables (NIC y NIIF), el manejo de los costes que se producen respecto de Investigación Desarrollo Innovación, entre otros). Las necesidades que importan para nuestra red se relacionan con las demandas de los empleadores para conformar el capital intelectual adecuado a cada empresa u organización, que permita aumentar el stock de conocimiento al interior de las organizaciones en la generación de sus ventajas competitivas a menor coste.

c) Desde los estudiantes en práctica: los temas se refieren a la calidad de las prácticas profesionales y la formación por competencias, así como a mejorar la formación recibida, especialmente la que se tiene al egresar.

d) Desde poblaciones de nuevos estudiantes universitarios: consiste en abordar las brechas con que ingresan, también la orientación vocacional y laboral en el momento de la selección de la carrera y el perfil de ingreso.

e) Desde los gestores académicos: el desafío se traduce en cómo abordar las transformaciones curriculares que demandan otras dimensiones nuevas como la vinculación con el medio; los desafíos en incorporar la Formación Profesional Universitaria en las estructuras curriculares de forma armónica con la formación académica; de qué manera se implementan sistemas de calidad en los procesos de formación e investigación; la gestión de brechas formación/demanda; y la gestión de redes con actores claves del medio.

Vinculación universidad-empresa

Alberti G., Villena J. (2012) Existen vínculos con esta red temática, ya que desde las necesidades de las empresas se pueden detectar las competencias requeridas por estas en los futuros graduados, así como ser un intermediador entre la oferta de educación superior y las demandas de capital humano cualificado y avanzado. Nuestra red es un mecanismo que permitirá vincular el currículum con las demandas del sector productivo.

Características económicas de la población ocupada en empleo informal

INEI (2013 - 2014) Nos da a conocer que la informalidad afecta a un segmento muy importante de la fuerza laboral, al 94,4% de los ocupados en situación de pobreza. Además el empleo informal es más frecuente en ciertos sectores económicos como Agricultura, Pesca y Minería (94,8%), Transportes y Comunicaciones (81,3%), Construcción (76,3%) y Comercio (73,9%). Por otro lado, el empleo informal se concentra en empresas de 1 a 10 trabajadores (90,0%) y en empresas de 11 a 50 trabajadores (59,7%).

Tabla 9: Población en empleo informal, según principales características 2008 y 2013.

Rama de Actividad	Empleo Informal		Categoría de Ocupacion	Empleo Informal	
	2008	2013		2008	2013
Agricultura/Pesca/Minería	96,4	94,8			
Manufactura	72,1	67,2	Independiente 2/	88,2	85,9
Construcción	81,6	76,3	Dependiente 3/	62,0	55,8
Comercio	80,7	73,9	Trabajador Familia no remunerado	100,0	100,0
Transporte y comunicaciones	84,5	81,3	Trabajador del Hogar	98,5	91,5
Otros Servicios	62,1	55,7			
Tamaño de Empresa	Empleo Informal		Categoría de Ocupacion	Empleo Informal	
	2008	2013		2008	2013
De 1 a 10 Trabajadores	92,4				
De 11 a 50 Trabajadores	98,0		Pobre	94,8	94,4
De 51 y mas	31,2		No pobre	71,0	68,2

Fuente: Instituto Nacional de estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Elaboración: Propia

Ingreso promedio de hombres y mujeres según nivel educativo

INEI (2013-2014) La información obtenida de la ENAHO da cuenta que las brechas de ingreso entre hombres y mujeres de acuerdo al nivel educativo se ha incrementado para aquellos menos calificados y se ha acortado para los que cuentan con educación superior universitaria. Entre el 2004 y 2013 la brecha de ingresos entre ambos sexos para los que cuentan con educación primaria o menor nivel, se incrementa, al pasar de 28,6% a 35,8%; mientras que entre los que tienen educación universitaria, disminuye de 37,2% a 27,7%.

Competencia laboral

Se acepta generalmente que es una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. La competencia laboral no es pues una probabilidad de éxito en la ejecución del trabajo, es una capacidad real y demostrada. En otras palabras, la competencia laboral significa poder actuar o desempeñarse en una determinada situación, con pleno control de ésta, de manera autónoma y conforme a lo esperado. Para ello no sólo se precisan conocimientos y capacidades técnicas, sino facultades de comunicación y cooperación, la aptitud para poder pensar y actuar dentro de sistemas e interdependencias.

Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral de México (2012) Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes; éstas son necesarias pero no suficientes por sí mismas para un desempeño efectivo"

La competencia comunicativa:

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Subdirección General de Cooperación Internacional (2015) en su edición titulada "Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación", Se puede considerar que la competencia comunicativa comprende varios componentes: el lingüístico, el sociolingüístico y el pragmático. Se asume que cada uno de estos componentes comprende, en concreto, conocimientos, destrezas y habilidades. Las competencias lingüísticas incluyen los conocimientos y las destrezas léxicas, fonológicas y sintácticas, y otras dimensiones de la lengua como sistema, independientemente del valor sociolingüístico de sus variantes y de las funciones pragmáticas de sus realizaciones. Este componente, que aquí se contempla desde el punto de vista de la competencia lingüística comunicativa que posee un individuo concreto, se relaciona no sólo con el alcance y la calidad de los conocimientos (por ejemplo, las distinciones fonéticas realizadas o la extensión y la precisión del vocabulario), sino también con la organización cognitiva y la forma en que se almacenan estos conocimientos (por ejemplo, las distintas

redes asociativas en que el hablante coloca un elemento léxico) y con su accesibilidad (activación, recuperación y disponibilidad). Los conocimientos pueden ser conscientes y de fácil expresión, o no serlo (por ejemplo, una vez más en relación con el dominio de un sistema fonético). Su organización y accesibilidad varía de un individuo a otro, y también varía en un mismo individuo (por ejemplo, para una persona plurilingüe, dependiendo de las variedades inherentes a su competencia plurilingüe). También se puede considerar que la organización cognitiva del vocabulario y el almacenamiento de expresiones, etc. dependen, entre otras cosas, de las características culturales de la comunidad o comunidades donde se ha socializado el individuo y donde se ha producido su aprendizaje

Las competencias sociolingüísticas: se refieren a las condiciones socioculturales del uso de la lengua. Mediante su sensibilidad a las convenciones sociales (las normas de cortesía, las normas que ordenan las relaciones entre generaciones, sexos, clases y grupos sociales, la codificación lingüística de determinados rituales fundamentales para el funcionamiento de una comunidad), el componente sociolingüístico afecta considerablemente a toda la comunicación lingüística entre representantes de distintas culturas, aunque puede que los integrantes a menudo no sean conscientes de su influencia.

Las competencias pragmáticas tienen que ver con el uso funcional de los recursos lingüísticos (producción de funciones de lengua, de actos de habla) sobre la base de guiones o escenarios de intercambios comunicativos. También tienen que ver con el dominio del discurso, la cohesión y la coherencia, la identificación de tipos y formas de texto, la ironía y la parodia. Respecto a este componente, incluso más que en el caso del componente lingüístico, apenas es necesario resaltar el gran impacto que ejercen las interacciones y los entornos culturales en el que se desarrollan las mencionadas capacidades. Todas las categorías aquí utilizadas pretenden caracterizar las áreas y los tipos de competencias asimiladas por un agente social, es decir, las representaciones internas, los mecanismos y las capacidades, la existencia cognitiva que se considera que explica el comportamiento y la actuación observable. Al mismo tiempo, cualquier proceso de aprendizaje contribuye al desarrollo o la transformación de esas representaciones, de esos mecanismos y de esas capacidades de carácter interno.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de la investigación

El tipo de investigación es cuantitativo de diseño descriptivo simple, no experimental, porque busca especificar las características, estrategias y los perfiles de egresados universitarios, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Es decir, pretender medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables relacionadas al impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán - Pimentel durante un periodo de tiempo que corresponde al año 2016.

O <----- M

O= información; M= grupo de sujetos/de donde toman esto.

3.2. Población y muestra

Población General

En la presente investigación la población son los egresados de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad señor de Sipán, periodo 2016.

La población estará conformada por 135 egresados de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.

La población estará conformada por 125 empresas exportadoras e importadoras, Instituciones públicas vinculadas al comercio internacional del departamento de Lambayeque.

Población Específica

En la presente investigación las poblaciones específicas son los 135 alumnos Egresados de la Escuela de Negocios Internacionales de Universidad Señor de Sipán; Empresas exportadoras e importadoras y las Instituciones públicas vinculadas al Comercio exterior del departamento de Lambayeque.

Muestra General:

En la presente investigación la Muestra son los egresados de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad señor de Sipán.

- La Muestra estará conformada por 45 egresados de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.
- La Muestra estará conformada por 44 empresas exportadoras e importadoras, Instituciones públicas vinculadas al comercio internacional del departamento de Lambayeque.

Técnica de Muestreo:

No probabilístico, intencional por criterio.

Para una muestra finita el tamaño de muestra se calculará con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Muestra para Egresados:

Z	1.96	z ²	3.8416	
P	95	p	0.95	
Q	5	q	0.05	
e	5	e ²	0.05	0.0025
Poblacion	135			
	<u>24.63</u>	24.63		
	0.52	0.52		
	47.60	47.60		

Muestra para Empresas Exportadoras e Importadoras del departamento de Lambayeque.

Z	1.96	z^2	3.8416	
P	95	p	0.95	
Q	5	q	0.05	
e	5	e^2	0.05	0.0025
Poblacion	126			

22.99 22.99

0.49 0.49

46.45 46.45

3.3. Hipótesis

Hipótesis General:

Si se determina el impacto del Idioma Inglés entonces se mejorará la competitividad del egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.

PRUEBA CHI-CUADRADO “X²” DE INDEPENDENCIA PARA DETERMINAR LA ASOCIACIÓN ENTRE EL IMPACTO DEL IDIOMA INGLES Y LA COMPETITIVIDAD DEL EGRESADO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Hipótesis

H₀: El impacto del idioma ingles NO se encuentra asociado a la competitividad del egresado

H₁: El impacto del idioma ingles SI se encuentra asociado a la competitividad del egresado.

Significancia: $\alpha = 5\% = 0.05$

Tabla 10: Prueba estadística CHI-CUADRADO

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	47,775 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	10,440	4	,034
Asociación lineal por lineal	4,589	1	,032
N de casos válidos	47		

6 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,02.

Elaboración: Propia

Decisión: $p < 5\%$ Se rechaza H_0
 $p > 5\%$ No se rechaza H_0

Como $p = 0.000$ Se rechaza H_0

Conclusión:

Existe evidencia estadística para concluir que el impacto del idioma inglés se encuentra asociada a la competitividad del egresado de Negocios Internacionales.

3.4. Variables

Independiente: Impacto del Idioma Inglés

Dependiente: La competitividad en los negocios internacionales.

3.5. Cuadro de Operacionalización

TÍTULO	PROBLEMA(S)	OBJETIVO(S)	HIPÓTESIS	VARIABLE(S)	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	
	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUAL				
IMPACTO DEL IDIOMA INGLÉS PARA LA COMPETITIVIDAD EN EL EGRESADO DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN, PIMENTEL 2016.	¿Cuáles es el impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la escuela de negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel 2016.	Determinar el impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de la escuela de negocios internacionales de la universidad señor de Sipán, Pimentel 2016.	Si se determina el impacto del idioma inglés entonces se mejorara la competitividad del egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán	Impacto del Idioma Inglés.	Es el conocimiento declarativo, el conocimiento procedimental y la competencia, entendida como el conocimiento mínimo suficiente que suponemos se requiere para ejecutar un tipo de tareas específicas. Marco Comun Europeo (2013).	Egresado	Campo Laboral	Cuestionario a los egresados de la escuela	
						Nivel de Inglés	Deficiente Regular Bueno Excelente	Cuestionario al egresado de Negocios Internacionales	
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES DEPENDIENTES		DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	
	Cual es el requerimiento de competencias requeridas por las empresas en los egresados de Negocios Internacionales	Identificar el requerimiento de competencias requeridas por las empresas en los egresados de Negocios Internacionales	La situación actual del idioma inglés en los egresados de la escuela de Negocios Internacionales es deficiente.				Insercion Laboral	Competencias Habilidades Aptitudes Personales	Cuestionario a empresas
						Tipo de empleo	Sector Público Sector Privado Según Nivel Educativo		
						Salario	Básico Medio Alto		
	cuales son las estrategias de competitividad para el egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la USS.	Proponer estrategias de competitividad para el egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la USS.	Las estrategias de Competitividad para el egresado de La Escuela de Negocios Internacionales de la USS, se enfoca a lo que la empresas y los mercados internacionales exigen	La Competitividad en el Egresado de Negocios Internacionales		La estrategia competitiva consiste en ser diferente, con la finalidad de establecer una posición rentable frente a las fuerzas que rigen la competencia. Michell Porter (2011)	Puestos calificados	Obrero Aprendiz Obrero calificado Técnico Profesional Gerente profesional Directivo	Cuestionario a Instituciones
							Evolucion de mercado	Precariedad Mileurismo Subempleo	
	Cuales son las competencias lingüísticas - comunicativas en la aplicación de las estrategias propuestas a la Escuela de Negocios Internacionales en a USS.	Analizar las competencias lingüísticas - comunicativas en la aplicación de las estrategias propuestas a la Escuela de Negocios Internacionales en la USS.	Las competencias lingüísticas - comunicativas son enfocados en base al Plan Operativo de la Escuela				Competencias Lingüísticas - Comunicativas	competencia lingüística competencia sociolingüística competencia pragmática	Cuestionario a egresados

Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
Ayelen Milagros Romero Izquierdo

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.6.1. Métodos de recolección de información

Métodos de investigación

La investigación presenta método deductivo, puesto que los datos generales son aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; se parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo al fenómeno del estudio.

Así lo menciona Días, A. (2014) que el método deductivo reside en la posibilidad de anticipar los conocimientos (...). De esta manera, el método hipotético deductivo posibilita el ordenamiento coherente de conocimientos al aplicar la racionalidad a los pasos lógicos que conducen a este objetivo.

3.6.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

➤ Cuestionario para egresado:

Se utilizarán la técnica de encuesta para el egresado de Negocios Internacionales, siendo el instrumento el cuestionario, las encuestas contienen de 10 a 12 preguntas. Validación: para validar el instrumento se tendrá en cuenta el criterio de opinión de expertos. Para lo cual se pedirá apoyo a tres profesionales especialistas en Administración, Estadística y un especialista en Negocios Internacionales para la revisión y evaluación respectiva. Después de levantar las observaciones quedaron validadas las respectivas guías.

➤ Cuestionario para empresas:

Se utilizarán la técnica de encuesta para empresas e instituciones de Negocios Internacionales, siendo el instrumento el cuestionario, las encuestas contienen de 10 a 12 preguntas.

Validación: para validar el instrumento se tendrá en cuenta el criterio de opinión de expertos. Para lo cual se pedirá apoyo a tres profesionales especialistas en Administración, Estadística y un especialista en Negocios Internacionales para la

revisión y evaluación respectiva. Después de levantar las observaciones quedaron validadas las respectivas guías.

➤ **Cuestionario para instituciones:**

Se utilizarán la técnica de encuesta para el egresado de Negocios Internacionales, siendo el instrumento el cuestionario, las encuestas contienen de 10 a 12 preguntas. Validación: para validar el instrumento se tendrá en cuenta el criterio de opinión de expertos. Para lo cual se pedirá apoyo a tres profesionales especialistas en Administración, Estadística y un especialista en Negocios Internacionales para la revisión y evaluación respectiva. Después de levantar las observaciones quedaron validadas las respectivas guías.

3.7. Procedimiento para la recolección de datos

La presente investigación se realizó aplicando los siguientes procedimientos:

➤ **Cuestionario para instituciones:**

Cada encuesta demorara 15 minutos, incluyendo una visita a las instalaciones de la empresa.

1. Se realizara individualmente

2.- Se realizara llamadas telefónicas a las empresas en mención para concertar una cita con el gerente general para para realizar la encuesta.

3.- La recolección de datos la realizara el mismo investigador, por contar con buenas relaciones con las empresas en mención.

5.- Se elaborará archivos de documentos Excel.

6.- Se depurará la información para su análisis.

7.- Se realizará el análisis del contenido, utilizando técnicas de codificación y categorización.

➤ **Cuestionario para egresados:**

Cada entrevista demorara 20 minutos, incluyendo una visita a las instalaciones de la empresa.

1.- Las encuestas se realizaran individualmente.

2.- Se realizara llamadas telefónicas a las empresas en mención para concertar una cita con el gerente general para para realizar la encuesta.

3.- La recolección de datos la realizara el mismo investigador, por contar con buenas relaciones con las empresas en mención.

5.- Se elaborará archivos de documentos Excel.

6.- Se depurará la información para su análisis.

7.- Se realizará el análisis del contenido, utilizando técnicas de codificación y categorización.

➤ **Cuestionario para empresas:**

Cada entrevista demorara 20 minutos, incluyendo una visita a las instalaciones de la empresa.

1.- Las encuestas se realizaran individualmente.

2.- Se realizara llamadas telefónicas a las empresas en mención para concertar una cita con el gerente general para para realizar la encuesta.

3.- La recolección de datos la realizara el mismo investigador, por contar con buenas relaciones con las empresas en mención.

5.- Se elaborará archivos de documentos Excel.

6.- Se depurará la información para su análisis.

7.- Se realizará el análisis del contenido, utilizando técnicas de codificación y categorización.

3.8. Análisis estadístico e interpretación de datos

➤ Cuestionario para egresados:

Se tiene previsto elaborar archivos de las encuestas realizadas a los egresados de la carrera de Negocios Internacionales teniendo en cuenta los documentos en SPSS para poder depurar la información para su análisis debido, utilizando técnicas de codificación y categorización, para conocer que tanto varían los datos, como están distribuidos en la relación que existe entre las variable.

También emplearemos figuras y tablas para representar los resultados obtenidos por los métodos de análisis, además de hacer un análisis estadístico con Microsoft Excel 2010.

➤ Cuestionario para empresas:

Se tiene previsto elaborar archivos de las encuestas realizadas a las empresas exportadoras e importadoras de la carrera de Negocios Internacionales teniendo en cuenta los documentos en SPSS para poder depurar la información para su análisis debido, utilizando técnicas de codificación y categorización, para conocer que tanto varían los datos, como están distribuidos en la relación que existe entre las variable.

También emplearemos figuras y tablas para representar los resultados obtenidos por los métodos de análisis, además de hacer un análisis estadístico con Microsoft Excel 2010.

➤ Cuestionario para instituciones:

Se tiene previsto elaborar archivos de las encuestas realizadas a las Instituciones en el área relacionadas al Comercio Exterior, teniendo en cuenta los documentos en SPSS para poder depurar la información para su análisis debido, utilizando técnicas de codificación y categorización, para conocer que tanto varían los datos, como están distribuidos en la relación que existe entre las variable.

También emplearemos figuras y tablas para representar los resultados obtenidos por los métodos de análisis, además de hacer un análisis estadístico con Microsoft Excel 2010.

3.9. Principios éticos

Según Angulo S. (2013) dice que almacenamiento y custodia de los documentos de estudio; los encargado del estudio se responsabilizará de obtener, almacenar y cuidar los documentos de estudio, tanto como fichas, entrevistas, encuestas, agendas de cita, y mantenerlo hasta que la información este procesada y registrada en el informe final.

Consentimiento informado; los participantes de la investigación, se encontrarán de acuerdo con ser informantes. Siendo de gran ayuda y base para el proyecto de investigación ya que gracias a ello permitirá obtener, almacenar y cuidar los documentos que se utilizaran para el estudio de investigación de una manera clara y precisa permitiendo un desarrollo eficaz.

3.10. Criterios de rigor científico

Según Méndez (2003) Como criterios de rigor científico tomaremos a la credibilidad, validez y objetividad, ya que son cualidades esenciales que deben tener los instrumentos recogidos, debido a que garantizarán que los resultados que se presentaron son merecedores de crédito y confianza.

Sirviendo como apoyo y base para el estudio de investigación ya que atreves de ello podremos garantizar los resultados recogidos del proyecto de tesis.

Credibilidad; Según Arranz, B.(2013)se refiere a las experiencias de los participantes vinculados con el planteamiento del problema, consiste en analizar si hemos recogido, comprendido y transmitido en forma clara lo que hemos obtenido de los puntos de vista de los participantes.

Es de gran importancia para el proyecto de tesis ya que nos ayuda analizar si hemos recogido, comprendido y transmitido en forma clara lo que hemos obtenido de los diversos puntos de vista en la investigación.

Validez: Según Días, A. (2014) concierne a la interpretación completa correcta de los resultados y se convierte en un refuerzo fundamental de la investigación. Con lo que se muestra en el fenómeno observado, la validez da muestra de fidelidad a esto.

Sirve como base para el proyecto de tesis ya que los instrumentos y técnicas han sido validados por profesionales especializados de la Universidad Señor de Sipán ayudando a obtener buenos resultados.

Objetividad: Según Arranz, B. (2013) concierne los datos serán descritos conforme sean indicados por los sujetos de estudio y tal como se observa sin que la información sufra ningún tipo de alteración.

Es de gran importancia para el proyecto de tesis obtener datos reales y precisos de la información ayudando a conseguir un buen objetivo que sirva de gran ayuda para los estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales de Universidad Señor de Sipán

CAPÍTULO IV:
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

ENCUESTA CORRELACIONADAS A LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

OBJETIVOS	ENTREVISTA DE EGRESADOS
<p>OB 1.- Identificar el requerimiento de competencias requeridas por las empresas del departamento de Lambayeque en los egresados de Negocios Internacionales.</p>	<p>¿Considera que una de las razones por las cuales no ha logrado una plaza en el área de Negocios Internacionales es por la falta del idioma Inglés?</p> <p>¿En qué nivel consideras que te encuentras en el idioma Ingles, sabiendo que estudiaste la carrera de Negocios Internacionales?</p> <p>¿Qué le ha podido aportar el idioma inglés en su vida laboral?</p> <p>¿Qué le ha podido aportar el idioma inglés en su vida laboral?</p>
<p>OB 2.- Analizar las competencias Linguisticas – comunicativas del Idioma Ingles en la aplicación de las estrategias propuestas a la Escuela de Negocios Internacionales USS.</p>	<p>¿Cree usted que es importante y necesario saber el idioma inglés siendo estudiante egresado de Negocios Internacionales?</p> <p>De acuerdo al Idioma Ingles, ¿Cree usted que fue suficiente a lo largo de su carrera lo aprendido en el centro de Idiomas? ¿Porque?</p> <p>¿Cree usted como egresado de la carrera de negocios internacionales de la USS, que el idioma inglés le da un valor agregado para futuros negocios internacionales? ¿Porque?</p>
<p>OB 3.- Proponer estrategias de competitividad para el egresado de la Escuela de Negocios Internacionales.</p>	<p>¿Por qué cree usted que saber el idioma inglés como segunda lengua en un egresado de Negocios Internaciones le hace ser más competitivo?</p> <p>Como egresado de la USS, cree usted que en la malla curricular se debería incluir el inglés, sabiendo que la Carrera es negocios Internacionales? ¿Porque?</p> <p>Que temas relacionados al inglés, cree usted que debe ser necesario aprender para desempeñarse en su vida laboral?</p>

4.1. RESULTADOS DE TABLAS Y GRAFICOS

EGRESADOS

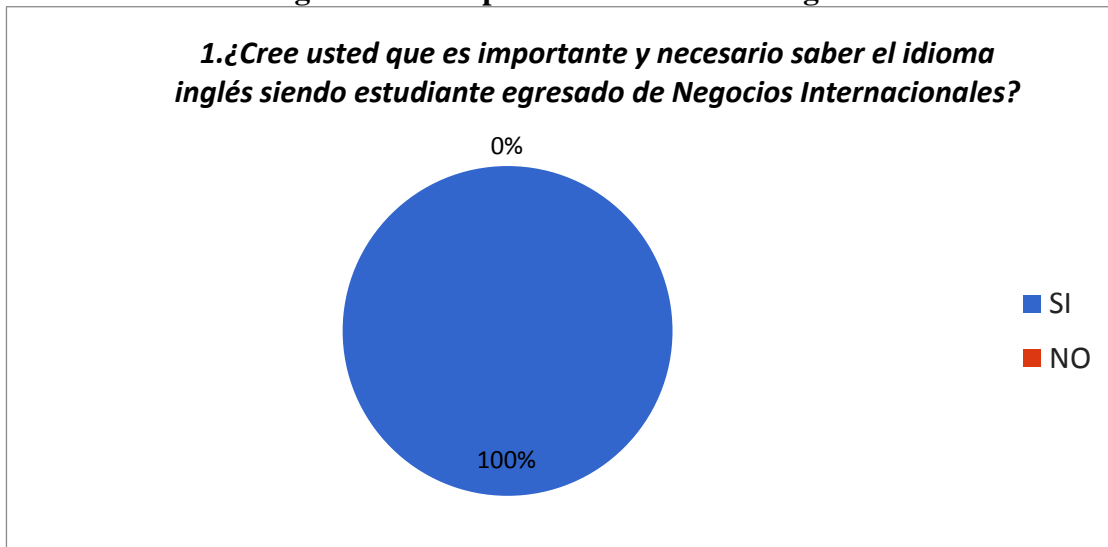
1. ¿Cree usted que es importante y necesario saber el idioma inglés siendo estudiante egresado de Negocios Internacionales?

Tabla 11: La importancia de Idioma Ingles.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	47	100
NO	0	0
TOTAL	47	100

Elaboración: Propia

Figura 4: La importancia del idioma Ingles.



Elaboración: Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 100% de los encuestados han respondido que si es importante saber el idioma inglés como egresado de Negocios Internacionales.

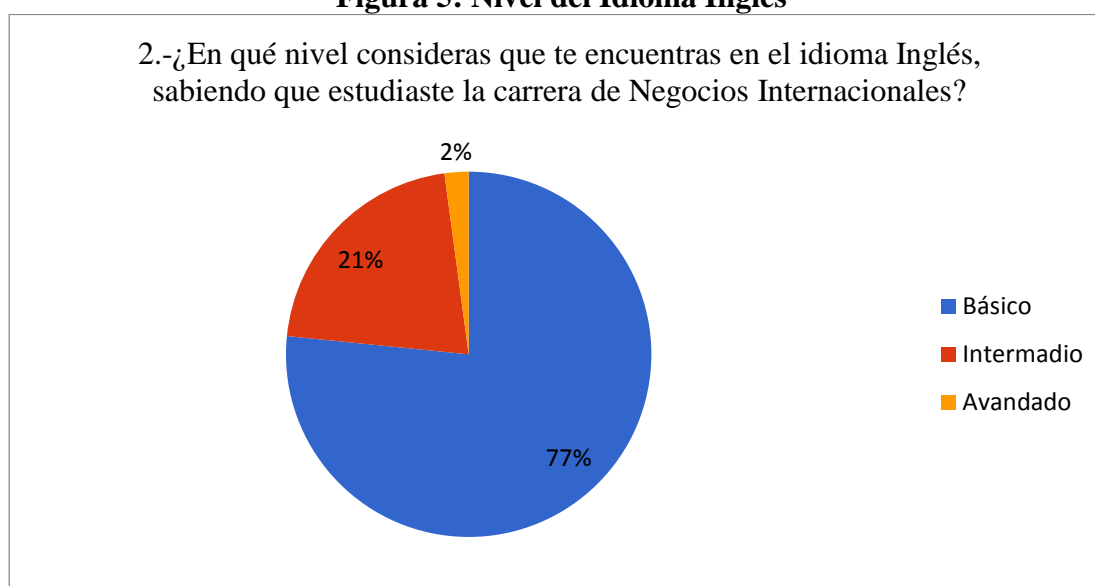
2. En qué nivel consideras que te encuentras en el idioma Ingles, sabiendo que estudiaste la carrera de Negocios Internacionales?

Tabla 12: Nivel del Idioma Ingles.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Básico	36	360
Intermedio	10	100
Avanzado	1	10
TOTAL	47	470

Elaboración Propia

Figura 5: Nivel del Idioma Ingles



Elaboración Propia

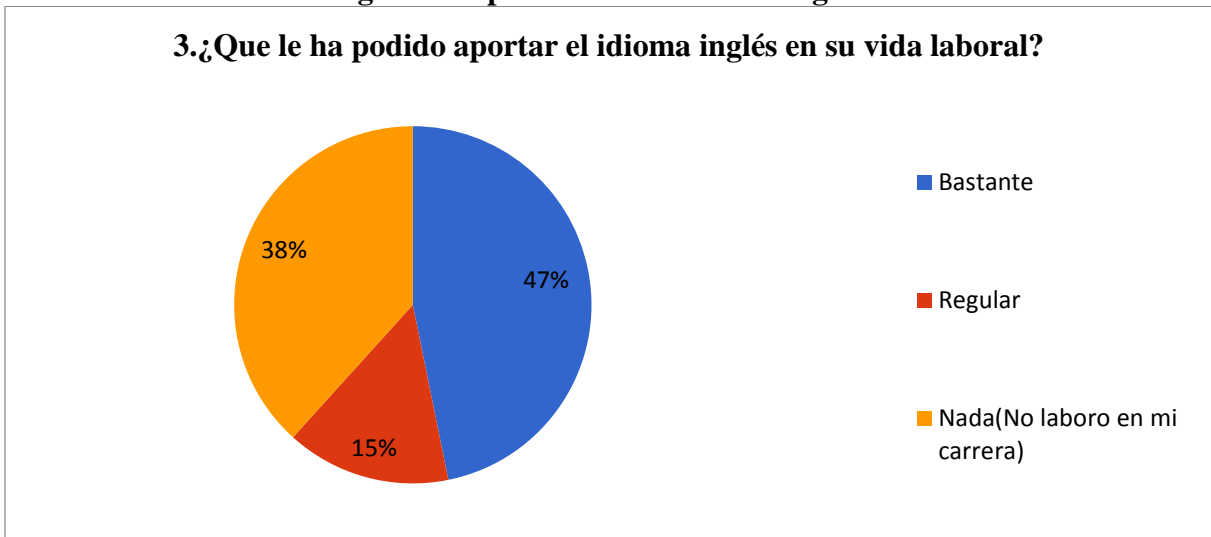
Comentario: En este grafico se muestra que el 77% de los encuestados han respondido que se encuentran en el nivel básico, el 21% se encuentra en el intermedio y el 2% en el avanzado del idioma inglés.

3. ¿Qué le ha podido aportar el idioma inglés en su vida laboral?

Tabla 13: Aportación del Idioma Ingles.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Bastante	22	31
Regular	7	44
Nada (No laboro en mi carrera)	18	25
TOTAL	47	100

Figura 6: Aportación del Idioma Ingles.



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 47% de los encuestados han respondido que el idioma inglés en su vida laboral les ayuda Bastante, el 38% respondieron que les ayuda regular y el 15% no les ayuda en nada, porque no laboran en su carrera.

4. ¿En su centro laboral, le han pedido como requisito saber el idioma inglés como segunda lengua?

Tabla 14: En el centro laboral, un requisito es el Idioma Ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si (si Laboro en mi carrea)	18	26
No (no Laboro en mi carrea)	29	74
TOTAL	47	100

Elaboración Propia

Figura 7: En el centro Laboral, un requisito es el Idioma Ingles.

4. En su centro laboral, le han pedido como requisito saber el idioma inglés como segunda lengua?



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 62% de los encuestados egresados han respondido que si se encuentran laborando dentro de su carro y si les han pedido como requisito saber el idioma inglés , el 38% de encuestados egresados no se encuentran laborando dentro de su carrera y por ende no les piden como requisito.

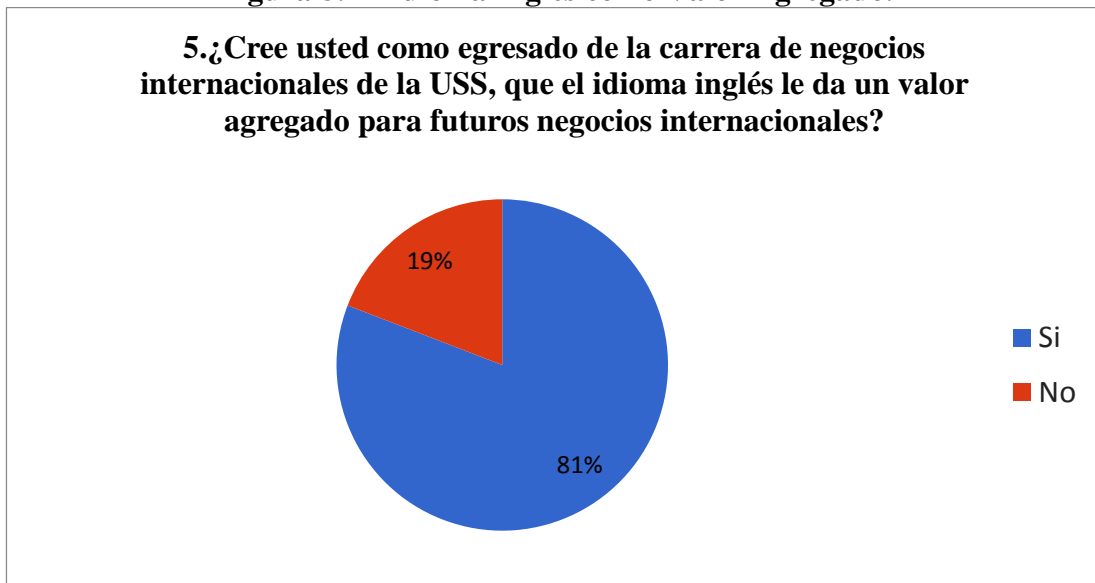
5. ¿Cree usted como egresado de la carrera de negocios internacionales de la USS, que el idioma inglés le da un valor agregado para futuros negocios internacionales?

Tabla 15: El Idioma inglés como Valor agregado.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	38	81
No	9	19
TOTAL	47	100

Elaboración Propia

Figura 8: El idioma Ingles como Valor Agregado.



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 100% de egresados encuestados han respondido que el inglés si le da un valor agregado para futuros Negocios Internacionales.

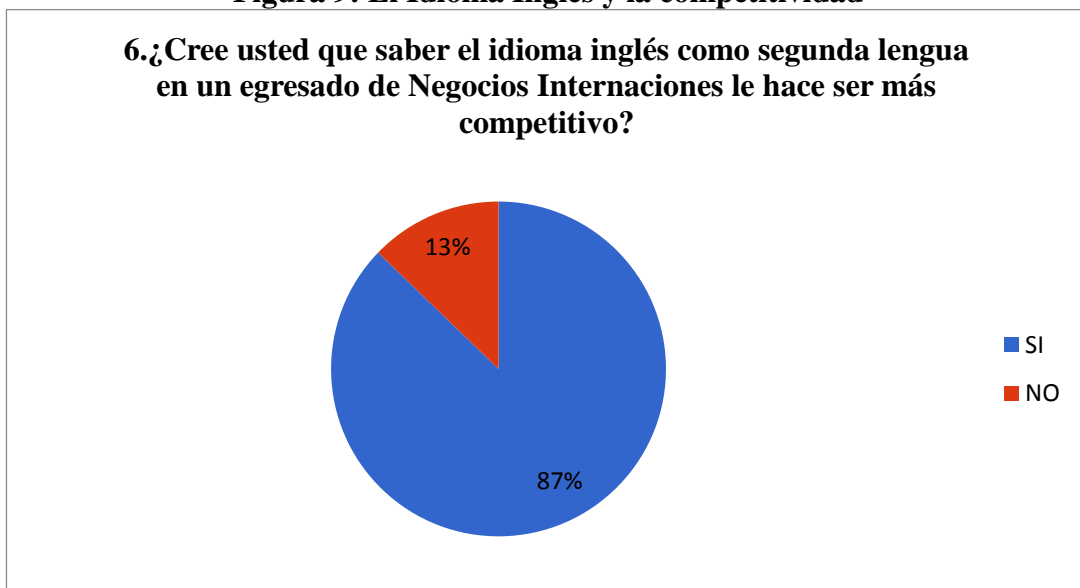
6. ¿Por qué cree usted que saber el idioma inglés como segunda lengua en un egresado de Negocios Internaciones le hace ser más competitivo?

Tabla 16: El Idioma Inglés y la competitividad

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	41	87
NO	6	13
TOTAL	47	100

Elaboracion Propia

Figura 9: El Idioma Ingles y la competitividad



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 100% de egresados encuestados han respondido que el idioma inglés si hace más competitivo a un egresado de Negocios Internacionales.

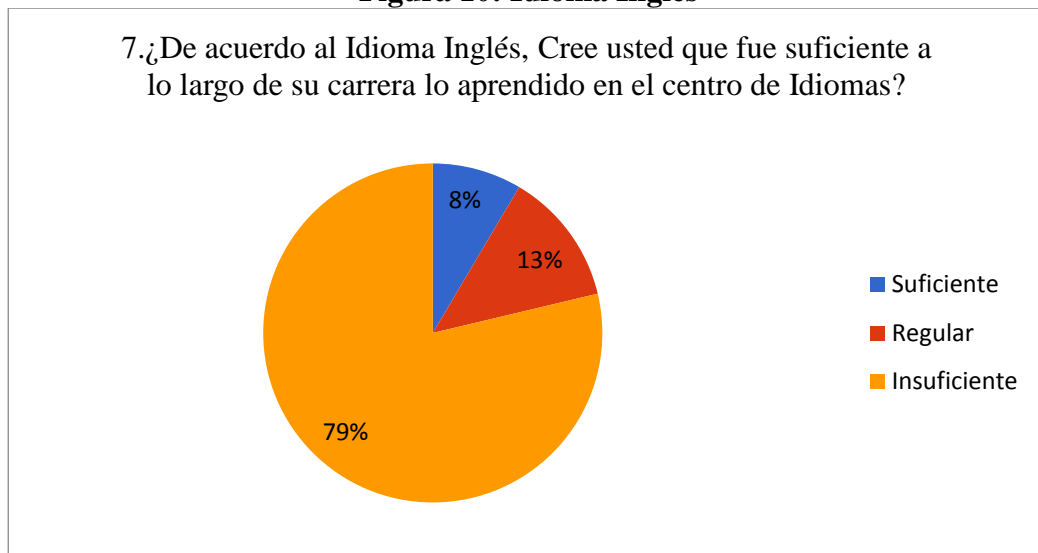
7. De acuerdo al Idioma Ingles, Cree usted que fue suficiente a lo largo de su carrera lo aprendido en el centro de Idiomas? ¿Porque?

Tabla 17: Idioma Ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Suficiente	4	9
Regular	6	13
Insuficiente	37	79
TOTAL	47	100

Elaboracion Propia

Figura 10: Idioma Ingles



Elaboracion Propia

Comentario: En el grafico se muestra que el 79% de egresados encuestados opinan que lo aprendido en el Centro de idiomas es Insuficiente, el 13% dice que es regular lo aprendido, y el 8% dice que totalmente suficiente lo aprendido en el centro de idiomas.

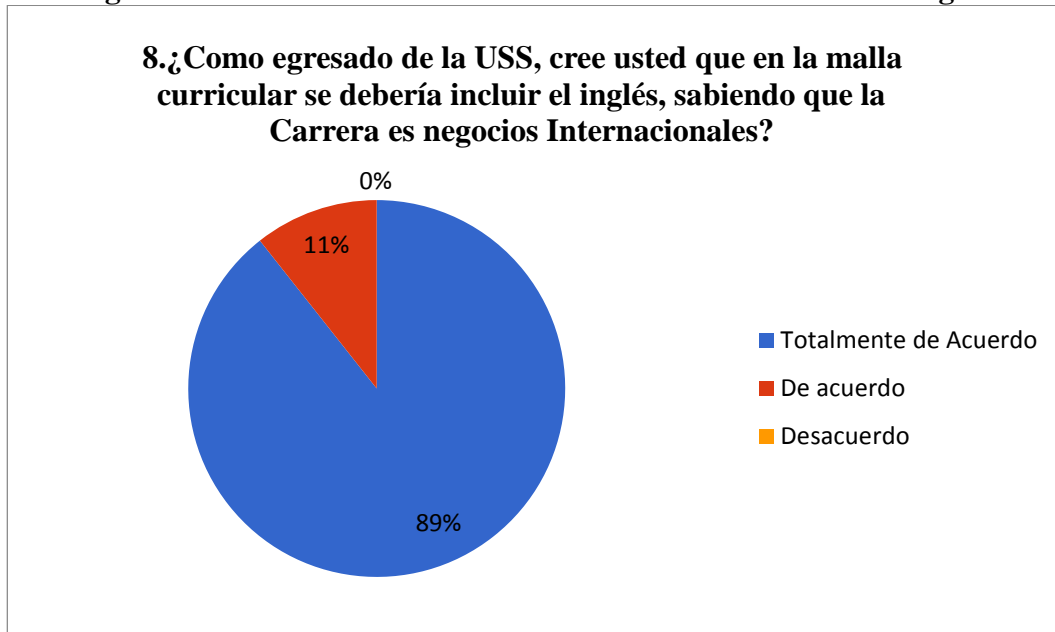
8. Como egresado de la USS, cree usted que en la malla curricular se debería incluir el inglés, sabiendo que la Carrera es negocios Internacionales?

Tabla 18: En la malla curricular se debería incluir el Idioma Ingles.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	42	89
De acuerdo	5	11
Desacuerdo	0	0
TOTAL	47	100

Elaboracion Propia

Figura 11: en la malla curricular se debería incluir el idioma inglés.



Elaboración propia

Comentario: En el gráfico se muestra que el 89% de egresados están Totalmente de acuerdo que en la malla curricular se debería incluir el inglés, 11% de se encuentra de acuerdo de que se debe incluir sabiendo que la carreras Negocios Internacionales.

9. Considera que una de las razones por las cuales no ha logrado una plaza en el área de Negocios Internacionales es por la falta del idioma Inglés?

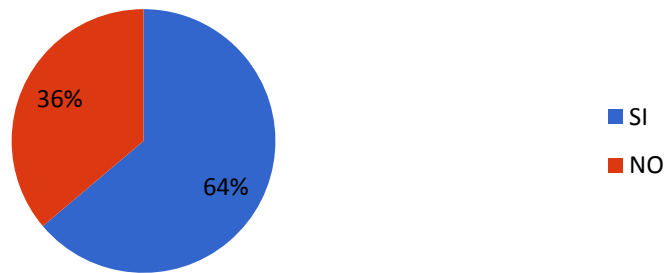
Tabla 19: Plaza en el área de Negocios Internacionales.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	30	64
NO	17	36
TOTAL	47	100

Elaboracion Propia

Figura 12: Plaza en el Área de Negocios Internacionales.

9.¿Considera que una de las razones por las cuales no ha logrado una plaza en el área de Negocios Internacionales es por la falta del idioma Inglés?



Elaboracion Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 64% de encuestados egresados opinan que "SI" una de las razones por las cuales no ha logrado un plaza en el área de Negocios Internacionales es por la falta del idioma Inglés, el 36% opina lo contrario que "No" considera que es una de las razones por las cuales no ha logrado un plaza en el área de Negocios Internacionales es por falta de idioma Inglés.

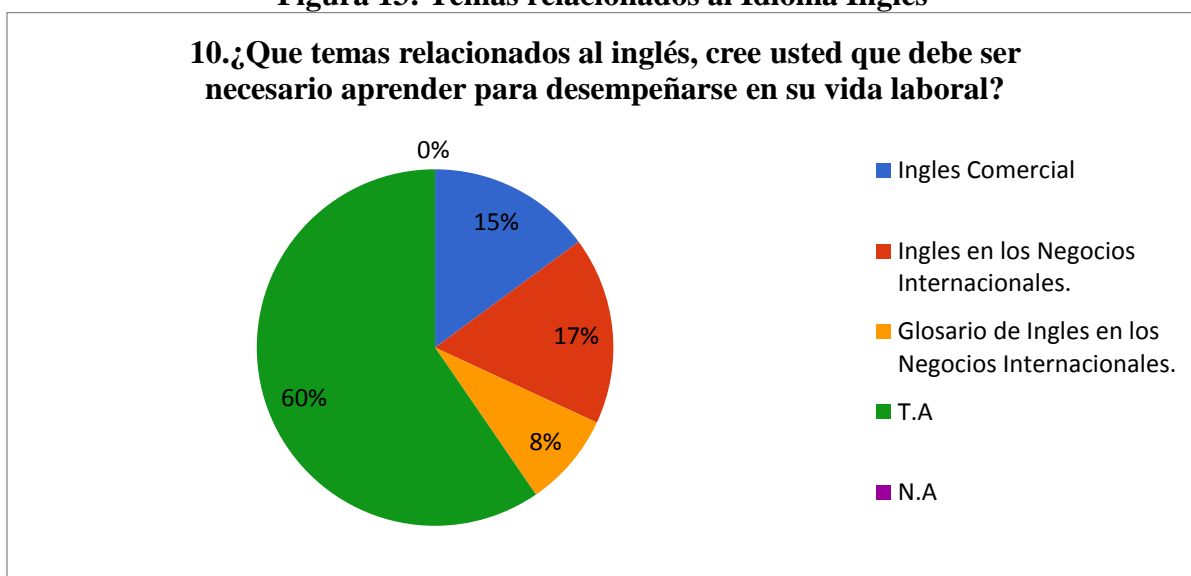
10. Que temas relacionados al inglés, cree usted que debe ser necesario aprender para desempeñarse en su vida laboral.

Tabla 20: Temas relacionados al Idioma Ingles.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ingles Comercial	7	14.89
Inglés en los Negocios Internacionales.	8	17.02
Glosario de Ingles en los Negocios Internacionales.	4	8.52
T.A	28	59.57
N.A	0	0
TOTAL	47	100

Elaboración Propia

Figura 13: Temas relacionados al Idioma Ingles



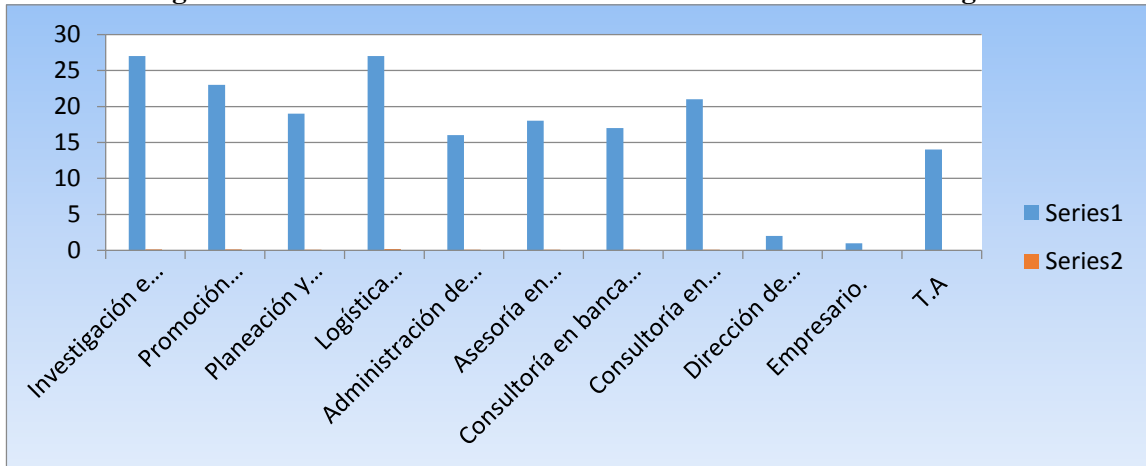
Elaboracion Propia

Análisis: En el gráfico se muestra que el 68% de egresados encuestados responden "Todas las Anteriores" ya que son temas básico que como egresado de Negocios Internacionales debe saber, el 17% respondió que es necesario aprender el Inglés en los Negocios Internacionales y el 15% respondió que es necesario aprender el inglés comercial sumando en ellos el 100% de la encuesta.

EMPRESARIOS E IDENTIDADES

1. ¿Cuáles de las funciones del encargado de las exportaciones e importaciones están relacionadas con el idioma Inglés?

Figura 14: Funciones del N.I. están relacionados con el Idioma Ingles.

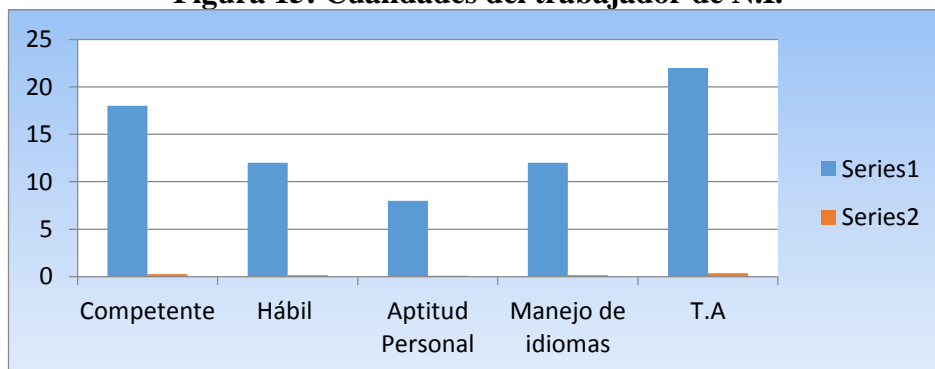


Elaboración Propia

Comentario: En el gráfico de barras podemos observar que todas las funciones mencionadas deben ser dominadas por el encargado de exportación e Importación, resaltando más la logística Internacional de mercancías ya que en ella interviene mucho el idioma Inglés.

2. ¿Qué cualidades debe tener un trabajador que maneje el tema de importaciones o exportaciones?

Figura 15: Cualidades del trabajador de N.I.

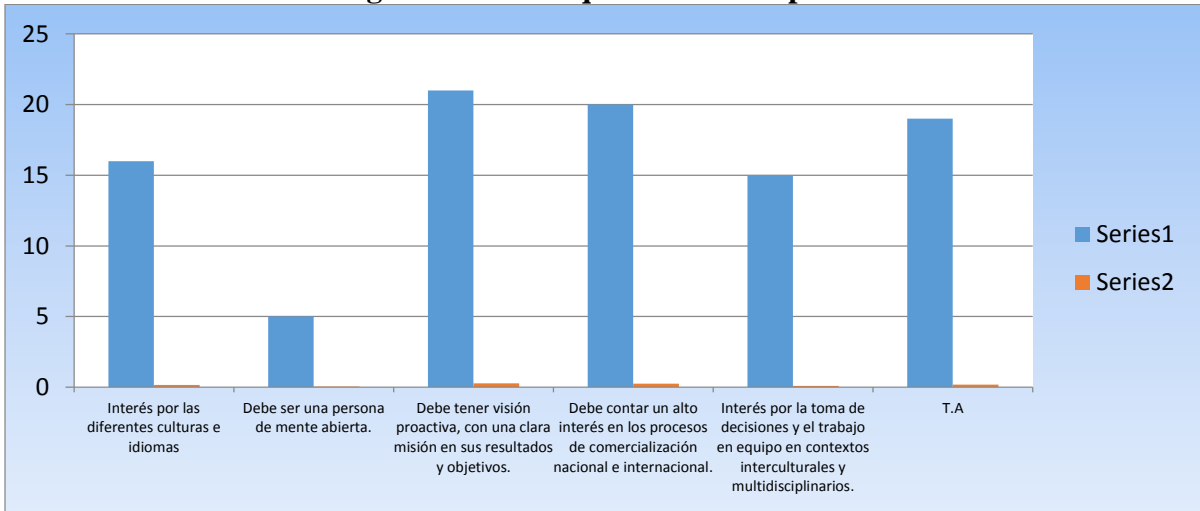


Elaboración propia

Comentario: En el gráfico de barras podemos observar que todas las alternativas son importantes como cualidades que debe tener un trabajador que maneje el tema de exportaciones e importaciones.

3. ¿Cuál es el Perfil que ustedes como empresa busca en un trabajador de Comercio Exterior?

Figura 16: Perfil que desea la empresa

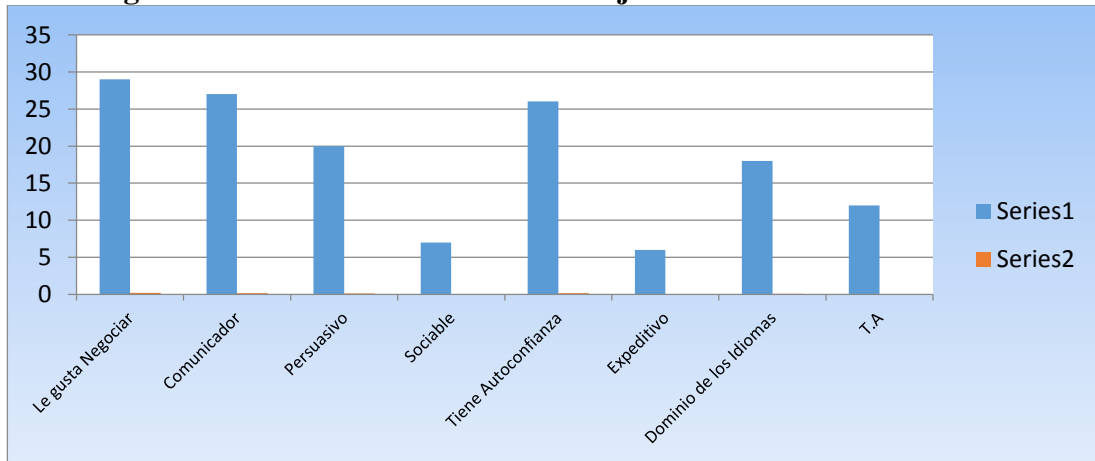


Elaboración Propia

Comentario: En el Gráfico de barras podemos observar que todas las alternativas son importantes para el perfil que busca la empresa en un trabajador de comercio exterior resaltando más entre ellas la alternativa que debe tener debe tener visión proactiva, con una clara misión en sus resultados y objetivos.

4. ¿Qué característica debe tener un trabajador de comercio exterior?

Figura 17: Características de un trabajador del Comercio Exterior.



Elaboración Propia

Comentario: En el Gráfico de barras podemos observar que la característica más resaltante que un trabajador de comercio exterior es saber negociar ocupando la mayor cantidad dentro de las otras alternativas importantes también.

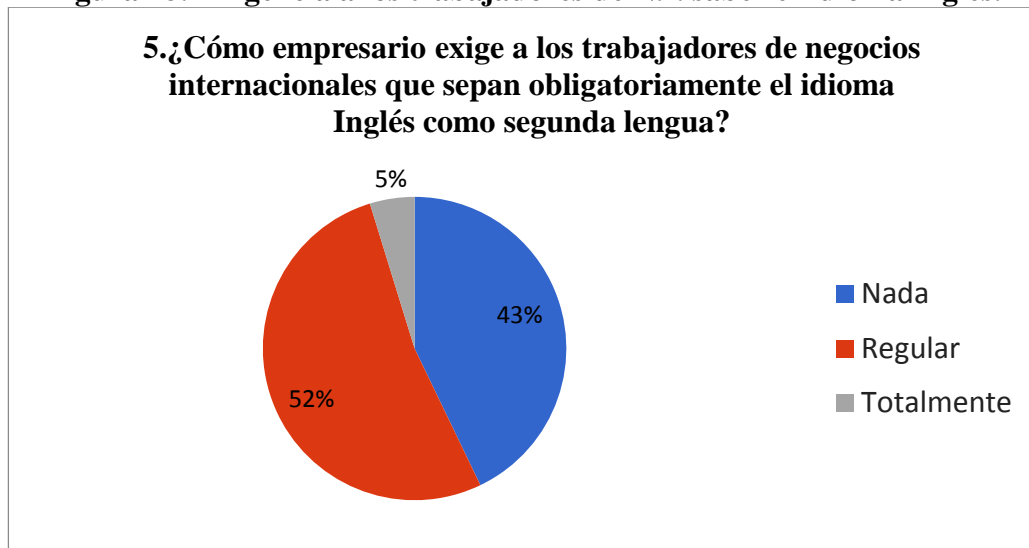
5. ¿Cómo empresario exige a los trabajadores de negocios internacionales que sepan obligatoriamente el idioma Inglés como segunda lengua?

Tabla 21: Exigencia a los Trabajadores de N.I. saber el idioma Ingles.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nada	18	42.85
Regular	22	52.38
Totalmente	2	4.77
TOTAL	42	100

Elaboracion Propia

Figura 18: Exigencia a los trabajadores de N.I. saber el Idioma Ingles.



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 100% de empresarios encuestados sostienen que el 43% que para nada es obligatorio saber el idioma inglés, el 52% dice que obligatorio y el 5% dice que es Totalmente obligatorio saber el idioma inglés como segunda lengua en un trabajador de Negocios Internacionales.

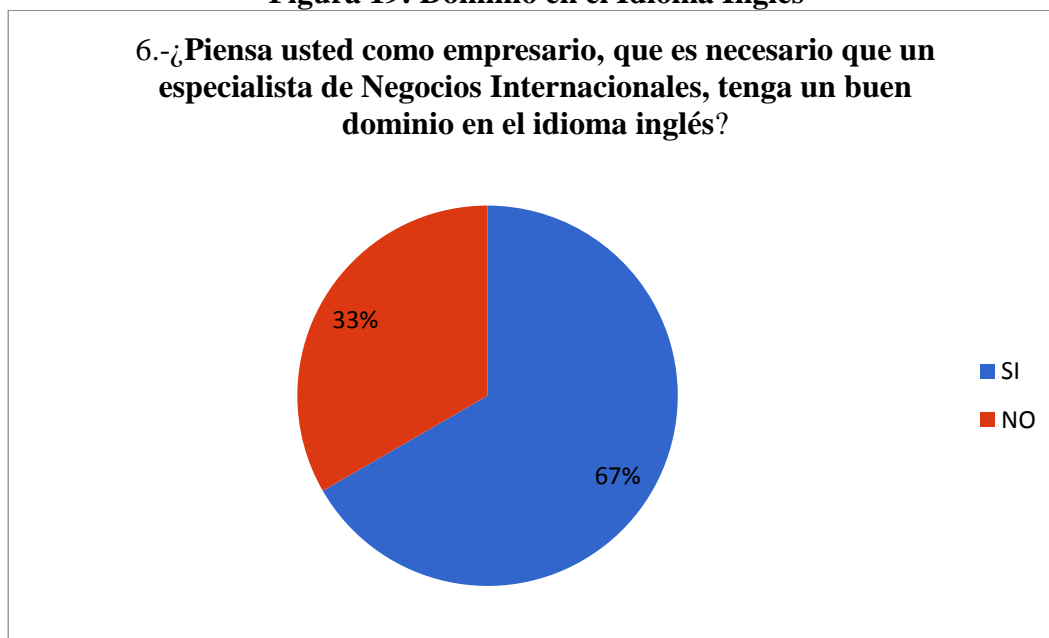
6. ¿Piensa usted como empresario, que es necesario que un especialista de Negocios Internacionales, tenga un buen dominio en el idioma inglés?

Tabla 22: Dominio en el Idioma Ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	28	66.67
NO	14	33.33
TOTAL	42	100

Elaboracion Propia

Figura 19: Dominio en el Idioma Ingles



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 67% de Empresarios encuestados han respondido que SI es necesario que un especialista de negocios Internacionales tenga un buen dominio en el idioma inglés y en 33% respondió que no es Necesario.

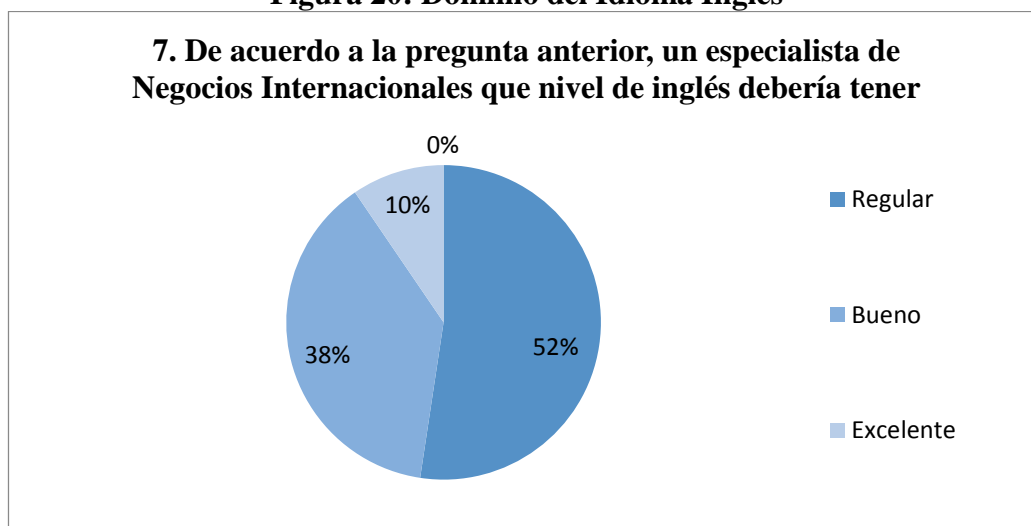
7. De acuerdo a la pregunta anterior, un especialista de Negocios Internacionales que nivel de inglés debería tener?

Tabla 23: Nivel del Idioma Ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Deficiente	0	0
Regular	22	52.39
Bueno	16	38.09
Excelente	4	9.52
TOTAL	42	100

Elaboracion propia

Figura 20: Dominio del Idioma Ingles



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 52% de los empresarios encuestados han respondido que el nivel de idioma inglés debe tener un especialista de Negocios Internacionales como regular, el 38% respondió que debe tener un nivel bueno y el 10 % respondió que debería tener un nivel del idioma ingles Excelente.

8. Como empresario, para usted ¿Es más fácil contratar a una persona que sepa inglés y que aprenda en el día a día de los negocios de la empresa?

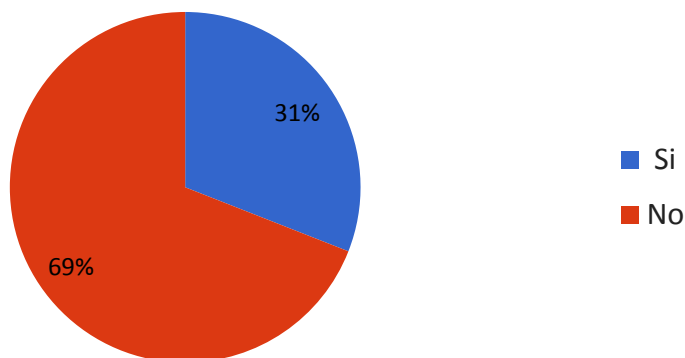
Tabla 24: La necesidad del Idioma Inglés en la contratación.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	13	31
No	29	69
TOTAL	42	100

Elaboracion Propia

Figura 21: La necesidad del Idioma Inglés en la contratación.

8.- Como empresario, para usted ¿Es más fácil contratar a una persona que sepa inglés y que aprenda en el día a día de los negocios de la empresa



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 63% de los empresarios encuestados ha respondido que No es más fácil contratar a una persona que sepa inglés y que aprenda en el día a día de los negocios de la empresa y el 37% restante dice que Si.

9. Usted como empresario, financiaría la formación del idioma inglés a una persona que sepa de los Negocios Internacionales?

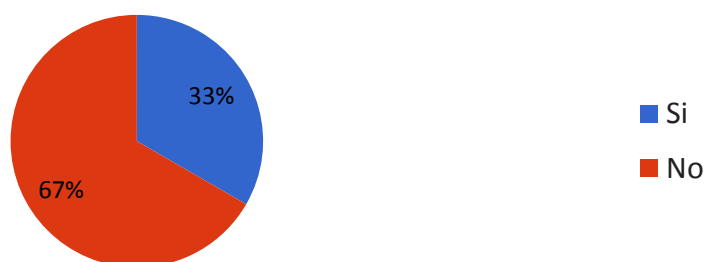
Tabla 25: Formación del Idioma Ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	14	33
No	28	67
TOTAL	42	100

Elaboracion Propia

Figura 22: Formación del Idioma Ingles

9.- Usted como empresario, financiaría la formación del idioma ingles a una persona que sepa de los Negocios Internacionales?



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 67% de empresarios encuestados han respondido que NO financiaría la formación del idioma inglés a una persona que sepa de los Negocios Internacionales y el 33% ha respondido que SI financiaría la formación del idioma inglés a una persona que sepa de los Negocios Internacionales.

10. ¿Usted como empresario cree que el idioma Inglés en el especialista de Negocios Internacionales es un valor agregado en la vida laboral?

Tabla 26: Idioma Ingles valor agregado en la vida laboral.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	29	69
NO	13	31
TOTAL	42	100

Elaboracion Propia

Figura 23: Idioma Ingles valor agregado en la vida laboral.



Elaboracion Propia

Comentario: En el grafico se muestra que 69% de empresarios opinan que SI, el idioma inglés en el especialista de Negocios Internacionales es un valor agregado en la vida laboral, y el 31 % opina que No, es un valor agregado para la vida laboral en un especialista de Negocios Internacionales le hace más competitivo.

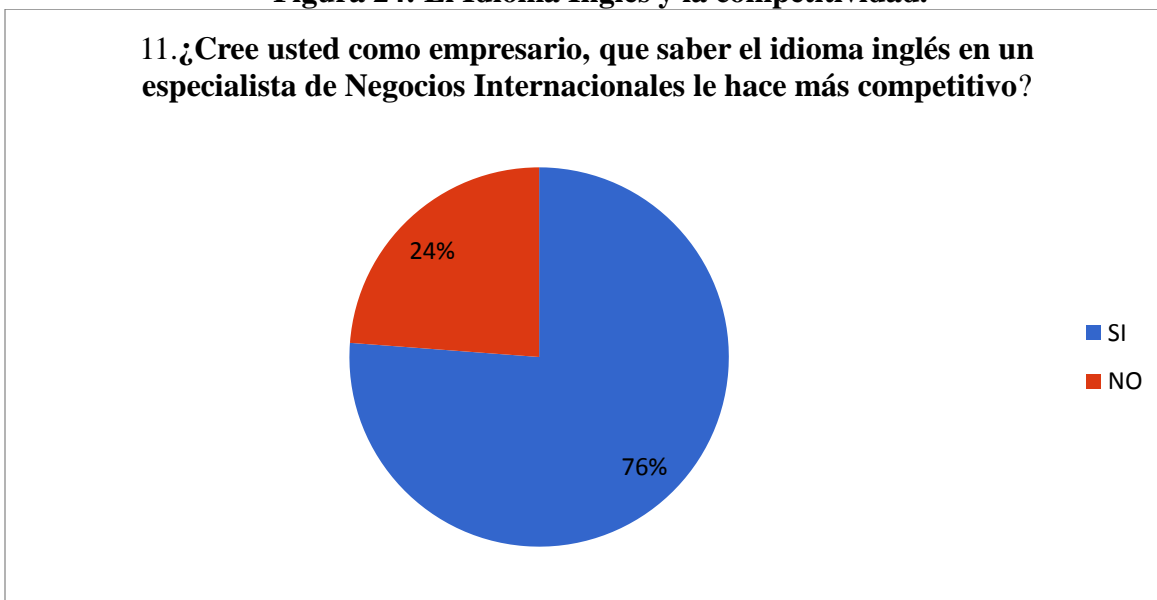
11. ¿Cree usted como empresario, que saber el idioma inglés en un especialista de Negocios Internacionales le hace más competitivo?

Tabla 27: El Idioma Ingles y la competitividad.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	32	76
NO	10	24
TOTAL	42	100

Elaboracion Propia

Figura 24: El Idioma Ingles y la competitividad.



Elaboracion Propia

Comentario: En el gráfico se muestra que el 76% de Empresarios encuestados opinan que saber el idioma inglés en un especialista de Negocios Internacionales le hace más competitivo y el 24% piensa que no le hace ser más competitivo.

ENTREVISTA A INSTITUCIONES.

1. ¿Para ser competitivo es necesario dominar el inglés frente al comercio exterior a nivel Internacional?

Tabla 28: Dominio del Idioma Ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	100
NO	0	0
TOTAL	5	100

Elaboracion Propia

Figura 25: Dominio del idioma Ingles



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 100% de los encuestados han respondido que SI, para ser competitivo es necesario dominar el inglés frente al comercio exterior a nivel Internacional.

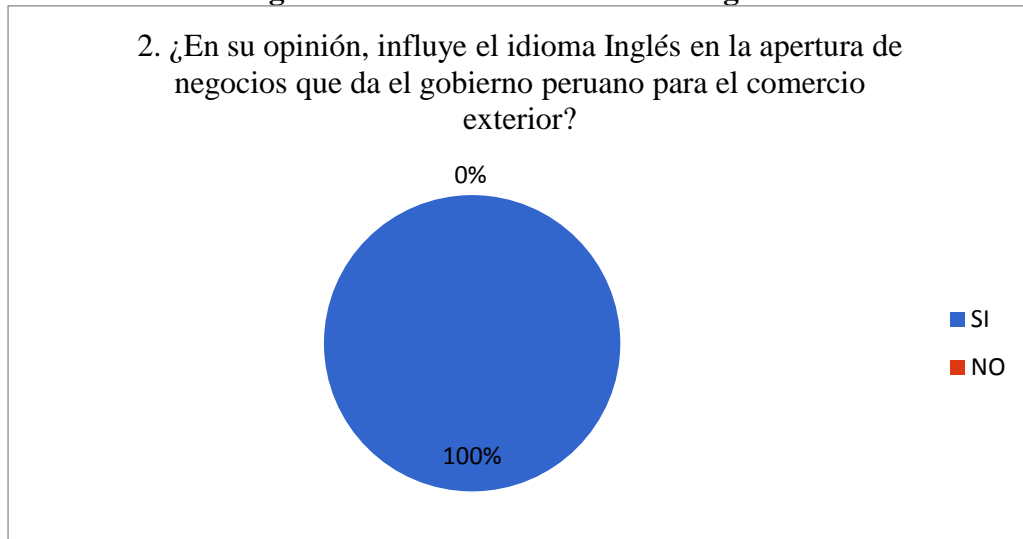
2. ¿En su opinión, influye el idioma Inglés en la apertura de negocios que da el gobierno peruano para el comercio exterior?

Tabla 29: Influencia del Idioma Ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	100
NO	0	0
TOTAL	5	100

Elaboración Propia

Figura 26: Influencia del Idioma Ingles



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 100% de los encuestados han respondido que SI, influye el idioma Inglés en la apertura de negocios que da el gobierno peruano para el comercio exterior.

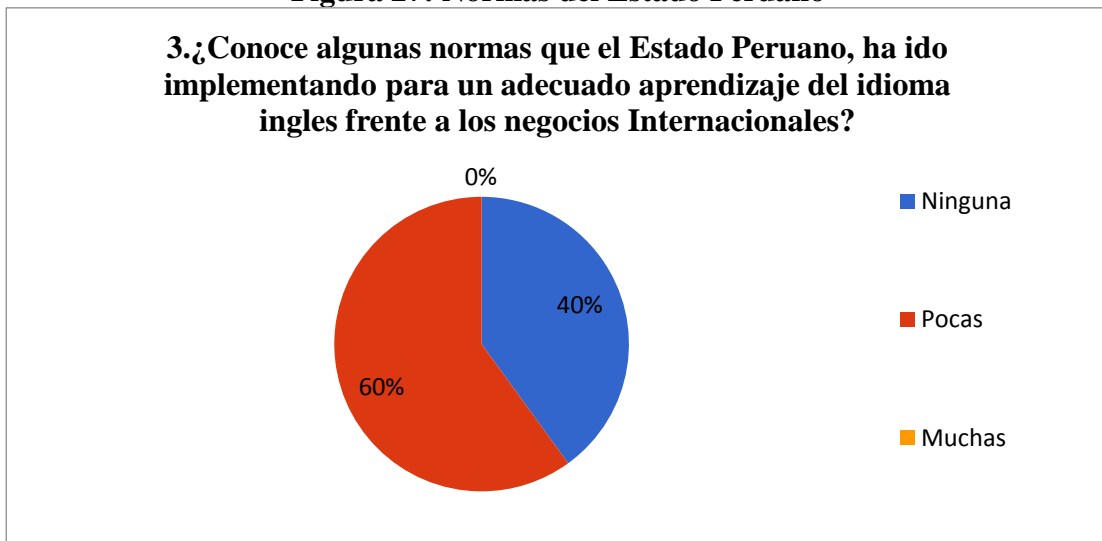
3. ¿Conoce algunas normas que el Estado Peruano, ha ido implementando para un adecuado aprendizaje del idioma inglés frente a los negocios Internacionales?

Tabla 30: Normas del Estado Peruano

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ninguna	2	40
Pocas	3	60
Muchas	0	0
TOTAL	5	100

Colaboracion Propia

Figura 27: Normas del Estado Peruano



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 60% de los encuestados han respondido que son pocas las normas que conocen que el estado Peruano, ha ido implementando para un adecuado aprendizaje del idioma inglés frente a los Negocios internacionales, y el 40% de encuestas han respondido que no ninguna normal que el estado peruano ha ido implementando.

4. ¿Cree usted que el estado está colaborando para que los profesionales de todas las carreras tengan el conocimiento del idioma Inglés?

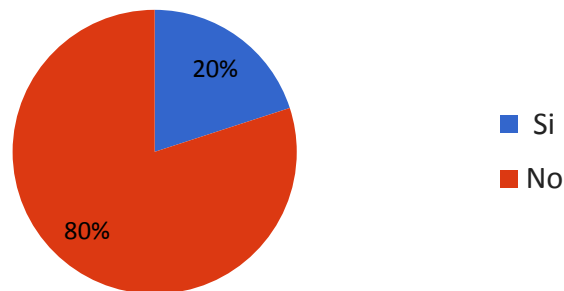
Tabla 31: Conocimiento del Idioma Ingles para el profesional

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	1	20
No	4	80
TOTAL	5	100

Elaboracion Propia

Figura 28: Conocimiento del Idioma Ingles para el profesional

4. ¿ Cree usted que el estado está colaborando para que los profesionales de todas las carreras tengan el conocimiento del idioma Ingles?



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 80% de los encuestados opina que el estado no está colaborando para que los profesionales de todas las carreras tengan el conocimiento del idioma inglés, y el 20% opina que Si está el estado Colaborando.

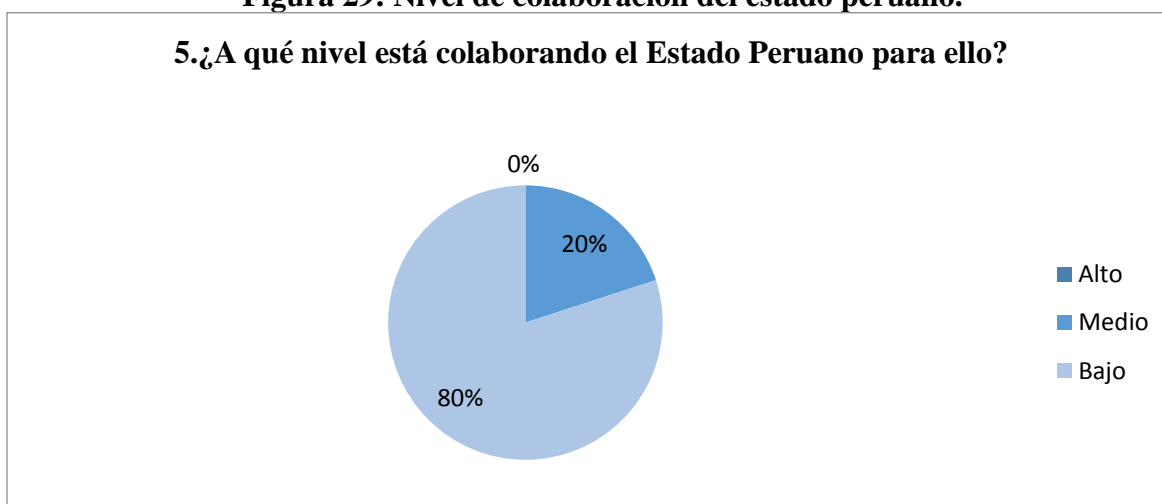
5. ¿A qué nivel está colaborando el Estado Peruano para ello?

Tabla 32: Nivel de colaboración del estado Peruano

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto	0	0
Medio	1	20
Bajo	4	80
TOTAL	5	100

Elaboracion Propia

Figura 29: Nivel de colaboración del estado peruano.



Elaboracion Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 80 % de entidades encuestadas han respondido que el nivel de colaboración por el estado peruano es sumamente Bajo, y el 20% opina que el apoyo por parte del estado es medio.

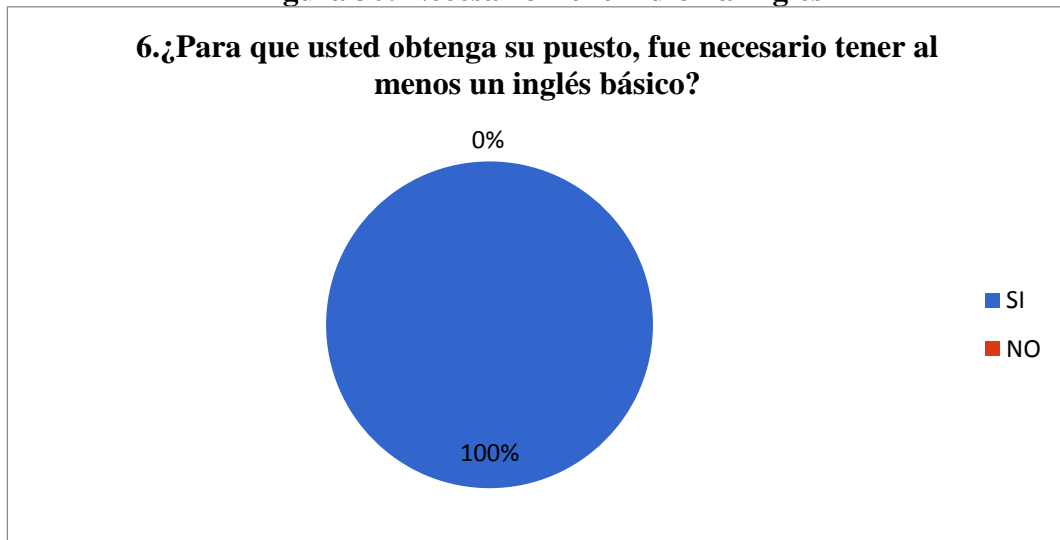
6. ¿Para que usted obtenga su puesto, fue necesario tener al menos un inglés básico?

Tabla 33: Necesario tener Idioma ingles

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	100
NO	0	0
TOTAL	5	100

Elaboración Propia

Figura 30: Necesario Tener Idioma Ingles



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 100% de las entidades encuestadas s han respondido que SI, Fue necesario tener al menos un inglés Básico para la obtención de mejores plazas de trabajo.

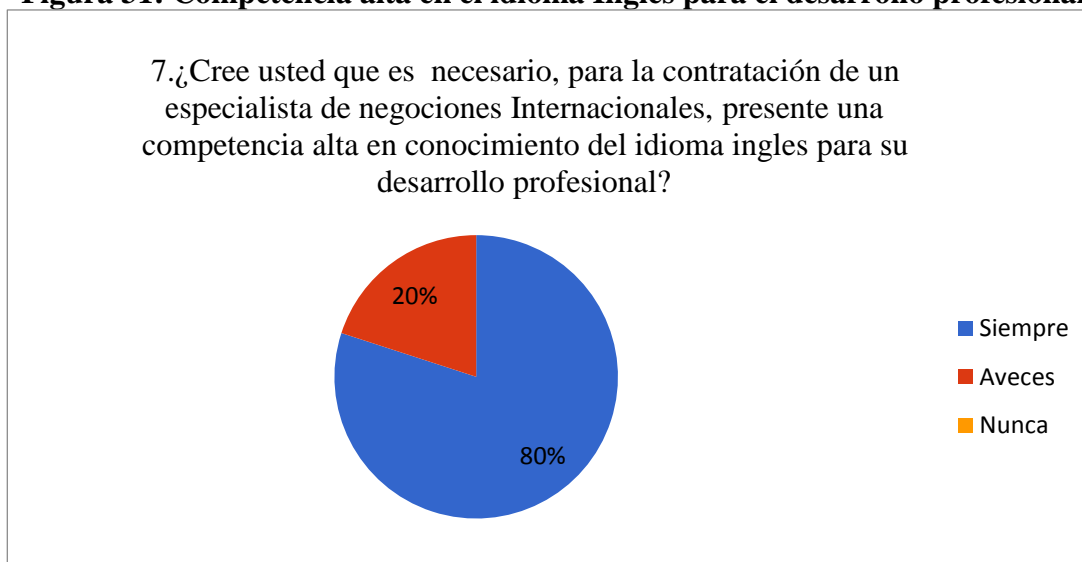
7. ¿Cree usted que es necesario, para la contratación de un especialista de negociaciones Internacionales, presente una competencia alta en conocimiento del idioma inglés para su desarrollo profesional?

Tabla 34: Competencia alta en el idioma Ingles para el desarrollo profesional

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	4	80
A veces	1	20
Nunca		0
TOTAL	5	100

Elaboracion Propia

Figura 31: Competencia alta en el idioma Ingles para el desarrollo profesional



Elaboración Propia

Comentario: En este grafico se muestra que el 80 % de entidades encuestadas dicen que siempre es necesario, para la contratación de un especialista de Negocios Internacionales, Presente una Competencia alta en conocimiento del idioma inglés para su desarrollo mientras que el 20% opina que solo A veces es necesario.

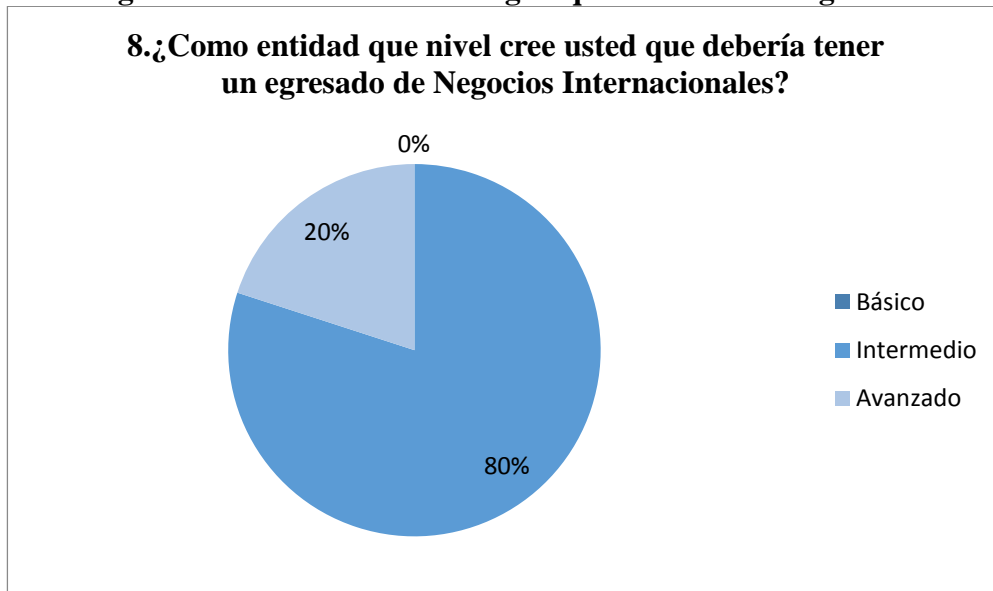
8. ¿Cómo entidad que nivel cree usted que debería tener un egresado de Negocios Internacionales?

Tabla 35: Nivel del Idioma Ingles que debe tener el egresado.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Básico	0	0
Intermedio	4	80
Avanzado	1	20
TOTAL	5	100

Elaboración Propia

Figura 32: Nivel del Idioma Ingles que debe tener el egresado



Elaboración Propia

Comentario: En el gráfico se muestra que el 80% de entidades encuestadas que el egresado de Negocios Internacionales se debe encontrar en el nivel Intermedio del idioma ingles mientras que el 20% dice que debería tener un nivel avanzado.

9.- Qué cualidades recomienda como entidad a los estudiantes de negocios internacionales para llegar a ser competitivo en el campo laboral?

Tabla 36: Cualidades recomendadas por las entidades.

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hábil	0	0
Aptitud Personal	0	0
Manejo de Idioma Ingles	1	20
Le gusta Negociar	1	20
T.A	3	60
TOTAL	5	100

Elaboracion Propia

Figura 33: Cualidades recomendadas por las entidades.



Elaboración Propia

Comentario: En el gráfico se muestra que el 10% de entidades encuestadas han optado por responder que los estudiantes de Negocios Internacionales deben ser hábiles, así mismo el 10% dice que deben de tener aptitud Personal para ser un profesional competente, 30% nos muestra que es importante tener un buen manejo del Idioma Ingles y el 50% restante nos muestra que todas estas habilidades hacen hacer competitivo al egresado.

DIAGNOSTICO DEL IMPACTO DEL IDIOMA INGLES PARA LA COMPETITIVIDAD DEL EGRESADO EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES.

FODA DE EGRESADOS:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Contar con un centro de idiomas propio de la universidad Señor de Sipán.- El egresado cuenta con competencias requeridas de las empresas de acuerdo al área de Negocios Internacionales.- Capacidad para el uso de las herramientas que ofrece la carrera de Negocios Internacionales.	<ul style="list-style-type: none">- Por la deficiencia del idioma Inglés son menos competitivos los egresados.- Factores como maestros inexpertos, actividades poco atractivas, empatía del alumno, talleres y dinámicas en el aula de clase.- Los egresados cuentan con el nivel básico del idioma inglés.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Acuerdos con instituciones en el extranjero para programas de los idiomas que se ofertan en los centros de auto acceso para la obtención de maestrías.- Mayor apertura de negociaciones internacionales.- Que la universidad señor de Sipán tenga bolsa de trabajo u convenios con las empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayeque.	<ul style="list-style-type: none">- No conseguir un buen puesto de trabajo en el mercado laboral.- Mayor competitividad en los egresados de diferentes instituciones universitarias.- Situación socio-económica del entorno.

FODA DE EMPRESAS E INSTITUCIONES:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con un perfil profesional que incluya el idioma inglés adecuado para el área de negocios internacionales. - Mejor remuneración al personal calificado. - Capacitaciones a sus empleados de sus diversas áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hay suficiente personal capacitado. - Conocimientos insuficientes de los egresados sobre el Idioma Inglés para la competitividad en los Negocios Internacionales. - Falta de inversión para la obtención de un buen perfil profesional.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Mejores puestos u oportunidades de trabajo como profesional para las empresas. - Minimiza costos generando mayores utilidades. - Captación de las empresas a los mejores profesionales, capacitados e eficaces en los negocios internacionales y dominio en el idioma inglés, ofreciendo buenos puestos de trabajo para tales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Respecto a la calidad y cantidad de egresados brindada al mercado laboral (empresas). - Inserción de nuevo perfil laboral en las empresas de acuerdo al mercado en la región Lambayeque. - Políticas y Reglamentos del estado ambiguos para mejorar la competitividad en el idioma inglés.

DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL- FODA DE LOS EGRESADOS.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
O P O R T U N I D A D	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar programa de acuerdo con las instituciones en el extranjero para mejorar el nivel de idioma inglés en el egresado en los Negocios Internacionales. - Evaluar la enseñanza del uso del idioma inglés en los Negocios Internacionales en el centro de idiomas de la universidad Señor de Sipán. - Implementar la bolsa de trabajo u convenios en la USS para que el egresado cuente con oportunidades en las empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayeque en el área de negocios internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Logrando reducir la deficiencia del idioma inglés, generara mayor competitividad en los egresados de negocios internacionales. - Con un replanteamiento de los convenios establecidos con instituciones educativas extranjeras, es posible conformar una plantilla de docentes nativos para mejorar a los maestros inexpertos, actividades poco atractivas, empatía del alumno, talleres y dinámicas en el aula de clase. - Para igualdad la competitividad en los egresados de negocios internacionales se debería implementar por parte de la USS, una bolsa de trabajo u convenios con las empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayeque.
A M E N A Z A	<ul style="list-style-type: none"> - Con un mejor nivel del idioma inglés, en los egresados de la USS, se lograra conseguir un buen puesto de trabajo en el mercado laboral. - Con una enseñanza mejorada en el centro de Idiomas los egresados serán más competitivos que las diferentes instituciones Universitarios. - El egresado cuenta con competencias requeridas de acuerdo a su situación socio-económica del entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Con la eficiencia del idioma Inglés son más competitivos los egresados para poder conseguir un buen puesto de trabajo en el mercado laboral. - Con la disponibilidad de una plantilla del egresado con un perfil de calidad se disminuye la preferencia de diferentes instituciones universitarias. - Contar como maestros expertos, actividades atractivas, apatía al alumno, talleres y dinámicas en el aula de clase de acuerdo a la situación socio-económica del entorno.

DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL - FODA DE EMPRESAS E INSTITUCIONES.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
O P O R T U N I D A D	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer un perfil profesional que incluya el idioma inglés en los puestos u oportunidades de trabajo como profesional adecuado para el área de negocios internacionales. - Con un personal calificado se puede minimizar costos generando mayores utilidades logrando obtener mejores remuneraciones. - Ofrecer capacitaciones a los empleados de las empresas para obtener mejores profesionales, capacitados e eficaces en los negocios internacionales, y dominio del idioma inglés ofreciendo buenos puestos de trabajo para tales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Teniendo personal capacitado se lograra mejores puestos u oportunidades de trabajo como profesional en los negocios internacionales. - Incrementando conocimiento suficientes en los egresados sobre el Idioma Inglés para la competitividad en los Negocios Internacionales minimiza costos generando mayores utilidades para la empresa. - Invertir en la Capacitación de los empleados para lograr ser más eficaces en los negocios internacionales y dominio en el idioma inglés, ofreciendo buenos puestos de trabajo para tales.
A M E N A Z A	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con un perfil profesional de acuerdo a las políticas y reglamentos del estado para mejorar la competitividad en el idioma inglés adecuado para el área de negocios internacionales. - Mejor remuneración al personal calificado, obteniendo la calidad y cantidad de egresados brindada al mercado laboral. - Capacitar a los empleados de sus diversas áreas para cumplir con la Inserción del nuevo perfil laboral en las empresas de acuerdo al mercado en la región Lambayeque. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contratar egresados capacitados para mejorar, brindando calidad y cantidad al mercado laboral competente. - Evaluar conocimientos suficientes a los egresados sobre el Idioma Inglés para la competitividad en los Negocios Internacionales, logrando la Inserción de nuevo perfil laboral en las empresas de acuerdo al mercado en la región Lambayeque. - Inversión en políticas y reglamentos del estado para mejorar la competitividad en el idioma inglés para la obtención de un buen perfil profesional.

CRUCE DEL FODA PARA LAS ESTRATEGIAS DEL EGRESADO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS FODA.
<p>Obj.1. Identificar el requerimiento de competencias requeridas por las empresas del departamento de Lambayeque en los egresados de Negocios Internacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Con un mejor nivel del idioma inglés, en los egresados de la USS, se lograra conseguir un buen puesto de trabajo en el mercado laboral. - El egresado cuenta con competencias requeridas de acuerdo a su situación socio-económica del entorno. - Con la eficiencia del idioma Inglés son más competitivos los egresados para poder conseguir un buen puesto de trabajo en el mercado laboral.
<p>Obj .2. Analizar las competencias Lingüísticas – comunicativas en la aplicación de las estrategias propuestas a la escuela de Negocios Internacionales USS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutar la enseñanza del uso del idioma inglés en los Negocios Internacionales en el centro de idiomas de la universidad Señor de Sipán. - Implementar programa de acuerdo con las instituciones en el extranjero para mejorar el nivel de idioma inglés en el egresado en los Negocios Internacionales. - Con un replanteamiento de los convenios establecidos con instituciones educativas extranjeras, es posible conformar una plantilla de docentes nativos para mejorar a los maestros inexpertos, actividades poco atractivas, empatía del alumno, talleres y dinámicas en el aula de clase. <p>*Contar como maestros expertos, actividades atractivas, apatía al alumno, talleres y dinámicas en el aula de clase de acuerdo a la situación socio-económica del entorno.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar la bolsa de trabajo u convenios en la USS para que el egresado cuente con oportunidades en las

<p>Obj. 3. Proponer estrategias de competitividad en el impacto del Idioma Inglés para el egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la USS.</p>	<p>empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayeque en el área de negocios internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Logrando reducir la deficiencia del idioma inglés, generara mayor competitividad en los egresados de negocios internacionales. - Para igualdad la competitividad en los egresados de negocios internacionales se debería implementar por parte de la USS, una bolsa de trabajo u convenios con las empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayeque. - Con una enseñanza mejorada en el centro de Idiomas los egresados serán más competitivos que las diferentes instituciones Universitarios. - Con la disponibilidad de una plantilla del egresado con un perfil de calidad se disminuye la preferencia de diferentes instituciones universitarias.
---	---

CRUCE DEL FODA PARA LAS ESTRATEGIAS DE LA EMPRESAS E INSTITUCIONES.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS FODA.
<p>Obj.1. Identificar el requerimiento de competencias requeridas por las empresas del departamento de Lambayeque en los egresados Negocios de Internacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar la bolsa de trabajo u convenios en la USS para que el egresado cuente con oportunidades en las empresas exportadoras e importadoras de la región Lambayeque en el área de negocios internacionales. - Teniendo personal capacitado se lograra mejores puestos u oportunidades de trabajo como profesional en los negocios internacionales. - Incrementando conocimiento suficientes en los egresados sobre el Idioma Inglés para la competitividad en los Negocios Internacionales minimiza costos generando mayores utilidades para la empresa. - Invertir en la Capacitación de los empleados para lograr ser más eficaces en los negocios internacionales y dominio en el idioma inglés, ofreciendo buenos puestos de trabajo para tales. - Mejor remuneración al personal calificado, obteniendo la calidad y cantidad de egresados brindada al mercado laboral. - Contratar egresados capacitados para mejorar, brindando calidad y cantidad al mercado laboral competente.
<p>Obj.2. Analizar las competencias Lingüísticas – comunicativas en la aplicación de las estrategias</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecutar la enseñanza del uso del idioma inglés en los Negocios Internacionales en el centro de idiomas de la universidad Señor de Sipán. - Evaluar conocimientos suficientes a los egresados sobre el Idioma Inglés para la competitividad en los Negocios

<p>propuestas a la escuela de Negocios Internacionales USS.</p>	<p>Internacionales, logrando la Inserción de nuevo perfil laboral en las empresas de acuerdo al mercado en la región Lambayeque.</p>
<p>Obj.3. Proponer estrategias de competitividad en el impacto del Idioma Inglés para el egresado de la Escuela de Negocios Internacionales de la USS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar programa de acuerdo con las instituciones en el extranjero para mejorar el nivel de idioma inglés en el egresado en los Negocios Internacionales. - Contar con un perfil profesional de acuerdo a las políticas y reglamentos del estado para mejorar la competitividad en el idioma inglés adecuado para el área de negocios internacionales. - Capacitar a los Egresados de negocios Internacionales para cumplir con la Inserción del nuevo perfil laboral en las empresas de acuerdo al mercado en la región Lambayeque. - Inversión en políticas y reglamentos del estado para mejorar la competitividad en el idioma inglés para la obtención de un buen perfil profesional.

4.2. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Tabla 37: Inglés en el Egresado de Negocios Internacionales

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Básico	36	76.6
	Intermedio	10	21.3
	Avanzado	1	2.1
	Total	47	100.0

Tabla 38: Competitividad en las Empresas e Instituciones

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Bueno	24	51.1
	Regular	22	46.8
	Avanzado	1	2.1
	Total	47	100.0

Elaboración: Propia

En las tablas se muestra que las diferencias porcentuales entre ambas variables son prácticamente irrelevantes, entre las respuestas que recogimos a través de las encuestas realizadas a los diferentes egresados, empresas e instituciones podemos apreciar que la mayoría requiere egresados con conocimientos de la lengua extranjera, podemos ver en nuestro estudio que el egresado de Negocios Internacionales se encuentra mayormente en un nivel básico con el 76,6%, seguido por el nivel intermedio con el 21,3%, y con un nivel avanzado de 2.1% en el dominio del idioma inglés. Permitiéndoles a las empresas captar egresado de negocios Internacionales sumamente competitivos que dominen el idioma inglés como requisito fundamental, obteniendo como resultados que las empresas e instituciones requieren personal egresado con un nivel de inglés Bueno de 51,1% seguido por un nivel regular de 46,8% y con un nivel avanzado del 2.1%.

Todos los resultados obtenidos están relacionadas con la tendencia de carácter más centralista y genérica apuntada por García (1998), quien indica que el inglés es la

lengua que más estudiada generando gran importancia en el egresado de Negocios Internacionales.

Este autor ofrece datos del centro de estudios Financieros (dedicados a facilitar profesionales a las empresas) indicando que las empresas consideran “imprescindible “ el conocimiento de la lengua inglesa para lograr que el egresado de Negocios Internacionales sea más competitivo , según la fundación Universitaria – empresa , 80% de las empresas que han dado trabajo a egresados de negocios internacionales donde se exige un nivel bueno del 51,1 % seguido por un nivel regular de 46,8% y con un nivel avanzado del 2.1%. Y el restante considera que no es necesario saber el idioma inglés como segunda lengua para lograr ser un egresado competitivo en los Negocios internacionales.

Otro aspecto que nos ha interesado es conocer la relación entre requisito lingüístico y estudios universitarios. En el estudio el mercado laboral competitivo de los egresados universitarios de Negocios Internacionales se ha detectado ciertos desequilibrios entre la formación académica recibida y la formación teórica y práctica que el mercado exige, siendo uno de ellos el de la formación del idioma inglés como segunda lengua. Este aspecto, además, es uno de los requisitos que consta en dicho trabajo para cualquier persona que quiera desarrollar su carrera profesional en relación con sus estudios, y mucho más importante en un egresado de Negocios Internacionales que requiere saber dicho idioma.

Otra fuente de información acerca de la importancia del inglés dentro de las empresas de la región Lambayeque pasa por el contrato directo o indirecto con las empresas. Desde un punto de vista indirecto, queremos destacar los datos objetivos sobre las empresas de la provincia y su desarrollo en el ámbito internacional. Los datos publicados de acuerdo a las cifras del Sistema de Inteligencia Comercial ADEX (Data Trade) en su página web refleja como la provincia de Lambayeque representa el 17.8% en el año 2015 de las ventas exteriores de la comunidad Lambayecana. Entre los datos expuestos en este estudio, destacaremos en lo referente a las exportaciones que:

- Las exportaciones de la región Lambayeque en los siete primeros meses del año sumaron US\$ 213.2 millones, lo que significó un incremento de 17.8% respecto al mismo periodo del año anterior, debido a la demanda de productos no tradicionales y al aumento de ventas de café, informó la Asociación de Exportadores (ADEX).
- De acuerdo a las cifras del Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade, el sector no tradicional alcanzó US\$ 173.4 millones, que representó un alza de 19.1%. El subsector que contribuyó a esta cifra positiva fue, principalmente, el agropecuario y agroindustrias (US\$ 168 millones).
- La oferta de agro estuvo constituida por paltas, hortalizas preparadas, alimentos para animales, jugo de maracuyá, quinua, hortalizas en vinagre, mango, cortezas de limón, frijoles desvainados, aceites esenciales de limón, uvas, espárragos, entre otros.
- El gremio exportador refirió que otros sectores con buenos resultados fueron el químico (incrementó 66.9%), textil (14.9%), minería no metálica (309.3%) y varios (728.5%). En tanto, entre los que redujeron sus ventas figuran prendas de vestir (caída -9.1%), pesca (-22.5%), metal mecánico (-79.6%), siderúrgico y metalúrgico (-84.1%) y maderas.
- En cuanto al sector tradicional, los envíos sumaron US\$ 39.8 millones, lo que significó un crecimiento de 12.1%. Destacó el subsector agro tradicional (US\$ 39.7 millones) por los mayores despachos de café cuya demanda se elevó 17.8%.
- Las cifras de ADEX indicaron que entre enero y julio de este año los despachos de la región Lambayeque llegaron a un total de 59 mercados. El principal fue EE.UU (US\$ 64.6 millones) que elevó sus compras 17% y concentró el 30.3% del total despachado, seguido de Países Bajos (US\$ 34.5 millones) cuyas compras crecieron 6.5%. Otros fueron Alemania, Ecuador, Reino Unido, España, República de Corea, Bélgica, Canadá, Suecia, Dinamarca, entre otros.
- Las cifras del Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trade reportaron que en los siete primeros meses del año las principales empresas

exportadoras de la región fueron Gandules INC S.A.C., Perales Huancaruna S.A.C., Agrícola Cerro Prieto S.A.C., Vínculos Agrícolas E.I.R.L., etc.

En lo referente a las importaciones, podemos indicar que:

- Según la Asociación de Exportadores (Adex) el 80% de las importaciones totales corresponde a insumos y bienes de capital que ayudan a dinamizar los distintos sectores productivos del país.
- Maquinarias, equipos e insumos. Las importaciones (US\$ 31.885 millones entre enero y setiembre de este año) nos vuelve más competitivos.
- En los primeros nueve meses del año el 47% de las importaciones Lambayecanas fueron insumos y el 33% bienes de capital como máquinas y equipos que contribuyen a renovar la capacidad productiva de la industria.
- El 20% de lo importando son bienes de consumo.
- Los principales productos que ingresaron al país fueron petróleo y sus derivados, vehículos, teléfonos celulares, derivados de la soya y trigo.

Por otro lado, obtuvimos algunos datos directos de los egresados y las empresas. Para ello remitimos una entrevista (Véase en apéndice A) para egresados y a algunas de las empresas de las zonas, con el fin de obtener información relevante para nuestro propósito final. El contacto con las mismas se efectuó vía correo electrónico, telefónico y personal. Se contactó con 80 egresados de la escuela de Negocios Internacionales y con 100 empresas, principalmente relacionadas con el comercio exterior. Con los egresados de la Escuela nos respondieron 47 y con las empresas las que nos respondieron o nos remitieron sus respuestas fueron 25 empresas exportadoras, 17 empresas importadoras y 5 instituciones dedicadas al rubro de las exportaciones. Todas ellas admiten tener relaciones con empresas extranjeras. Una primera información que solicitamos es acerca del nivel de inglés que debería tener un especialista de Negocios Internacionales, valorando su uso e importancia (Deficiente, Regular, Bueno y Excelente). Estos son los resultados:

Tabla 39: Nivel de inglés que requieren las empresas exportadoras, importadoras e instituciones Lambayecanos en el egresado

NIVEL DE INGLES	
Deficiente	0
Regular	16
Bueno	22
Excelente	0

Elaboración Propia

A través de los datos mostrados en la Tabla 43, podemos destacar lo siguiente:

- Al margen de lo requerido por las empresas tanto exportadoras como importadoras, se puede notar que las empresas requieren personal capaz que tenga un buen manejo del idioma inglés.
- Podemos notar que el nivel del idioma ingles que es más predominante es el Bueno con un 22 de participación de las empresas, seguido por el nivel regular que es un 16.
- Entre los otros vemos que las empresas Lambayecanas no exigen un grado de perfeccionamiento en este como el excelente.

Otra de las preguntas de la encuesta es, si es importante y necesario que un especialista de Negocios Internacionales, tenga un buen dominio en el idioma inglés.

Tabla 40: Importancia y el dominio del Idioma Ingles

Importancia y el dominio del Idioma Ingles	
No	36.17 %
Si	63.83 %

Elaboración Propia.

En este sentido existe cierta variedad entre si es importante y necesario que un especialista de Negocios internacionales, tenga un buen dominio en el idioma inglés

para poder obtener mejores oportunidades laborales , no obstante las respuestas obtenidas indican que: si es grande la diferencia , es por ello que hemos obtenido en nuestras respuestas que el 63,83% responde que si importante y necesario que el especialista de negocios Internacionales cuente con un buen dominio del idioma inglés , con un restante del 36,17% de respuestas que opina que no es importante y necesario el dominio de la segunda lengua en un especialidad de Negocios Internacionales.

También hemos podido obtener de la encuesta es, sin saber el idioma inglés como segunda lengua en un egresado de Negocios Internaciones le hace ser más competitivo.

Tabla 41: Competitividad en el egresado

Saber el idioma inglés en el egresado de Negocios Internacionales hace ser más competitivos	
No	19.15 %
Si	80.85 %

Elaboración Propia

En este sentido existe cierta variedad entre, SI o No saber el idioma inglés en el egresado de Negocios Internacionales hace ser más competitivos, no obstante las respuestas obtenidas indican que: si es grande la diferencia , es por ello que hemos obtenido en nuestras respuestas que el 80,85% respondió que SI, saber el idioma inglés cómo egresado de Negocios Internacionales les permite ser más competitivos logrando obtener mejores oportunidades de trabajo , con un restante del 19,15% de respuestas, opina que no es necesario saber el idioma inglés cómo egresado de Negocios Internacionales para lograr ser competitivos en su vida laboral.

Finalmente, se quiso tener información concreta acerca de la importancia del idioma inglés en el egresado de negocios Internacionales para permitiéndoles ser más

competitivos en el campo laboral y lograr desarrollarse como buenos profesionales en los Negocios.

Así mismo se consideró importante para este estudio, conocer el criterio de algunas de las empresas pertenecientes a diversas áreas economías y productivas del país, tales como el sector exportador e importador y consultoría empresarial en los negocios, acerca del perfil profesional requerido en las áreas administrativas de estas organizacionales y la relevancia que tiene el dominio del idioma inglés en el ámbito laboral, teniendo en cuenta que este idioma, se ha convertido en una herramienta necesaria para un desempeño laboral y profesional más eficiente, debido a los efectos de la globalización tal como se expuso capítulos arriba de este trabajo. Por tal motivo, con el fin de comprobar esta afirmación, se hizo un análisis de las respuestas proporcionadas por 24 empresas exportadoras, 17 empresas importadoras y 5 instituciones, ubicadas en el departamento de Lambayeque y todas asintieron que el idioma predominante solicitado, cuando requieren personal bilingüe en la organización es el inglés.

Adicionalmente, coincidieron en que el nivel de inglés exigido a los interesados en ingresar a la compañía, dependen del cargo a ocupar, aunque generalmente es intermedio. En caso las empresas exportadoras e importadoras para cargos de nivel C es un nivel básico, para cargos profesionales, es un nivel intermedio y para cargos gerenciales y directivos es avanzado.

En las razones por la cual solicitan que el personal maneje dicho nivel de inglés, se encontraron razones comerciales y técnicas, tales como interacción con clientes y proveedores dentro y fuera del país, manejo de ciertos textos de inglés, manejo de datos de investigaciones, asistencia a tele conferencias, recepción de llamadas y de correos en este idioma .

En cuanto a la frecuencia con la que requieren dicho personal, las respuestas varían de empresa a empresa, ya que de las 47 encuestadas 30 empresas entrevistadas manifestaron que se requerían personas con dicho perfil, constante y regularmente específicamente en el caso de las empresas exportadoras.

También se encontró que las empresas entrevistadas, requieren personal bilingüe para cargos administrativos, tales como ejecutivos, analistas, consultores, agente de servicio al cliente, Coordinadores de área, relacionistas internacionales, directores de recursos humanos, gerentes y personas encargadas del manejo de contratos y de áreas contables y financieras.

En cuanto a la manera de contactar el personal bilingüe para las áreas mencionadas, las empresas señalaron que lo hacían a través de universidades, buscadores web, de convocatorias, de hojas de vida, del periódico, mediante recomendados y una manifestó que el reclutamiento era un proceso interno.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE LA INVESTIGACION

5.1. Tipo de propuesta

Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
Ayelen Milagros Romero Izquierdo

Propuesta de mejora en el impacto del idioma inglés para la competitividad en el egresado de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel 2016.

5.2. Resumen Ejecutivo

El progreso y avance del mundo globalizado permite actualmente darnos cuenta que existe una necesidad de dominar más de un idioma, mucho más siendo Negociante Internacional, esta evolución y demanda ha generado una gran oportunidad proponiendo así un plan de trabajo en el cual se permite enlazar, Universidad, Egresado y Empresas tanto Exportadoras como Importadoras de la Región Lambayeque.

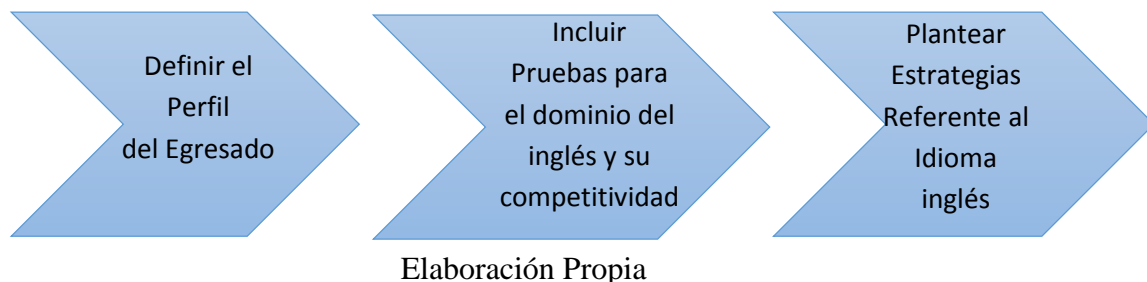
Esta propuesta contara con diferentes escalas como: Plantear Estrategias Referente al Idioma inglés, Definir el Perfil del Egresado e incluir Pruebas para el dominio del inglés y su competitividad; las que orientaran y darán apoyo tanto al egresado como al empresario para lograr obtener egresados competitivos en la carrera, el cual motivará a los egresados a concientizar que el idioma inglés es de suma importancia y esencial en la vida laboral, permitiendo a las empresas contar con personal capacitado y experiencia en las distintas áreas Internacionales.

Por lo tanto para crear la propuesta se realizó un estudio a los egresados, empresas exportadoras e importadoras e instituciones, actualmente en la región Lambayeque. Con esta investigación esperamos lograr los objetivos, de nuestro estudio, para así poder tener un crecimiento y reconocimiento a nivel local como un egresado competitivo en el idioma Inglés dentro del Comercio Exterior.

Las estimaciones generadas en la siguiente propuesta muestran la factibilidad técnica.

5.3. Formulación de la propuesta.

Figuras 34: Síntesis Grafica de la Propuesta



“INGLÉS POSIBLE PROPUESTA DE UNA AGENDA NACIONAL”

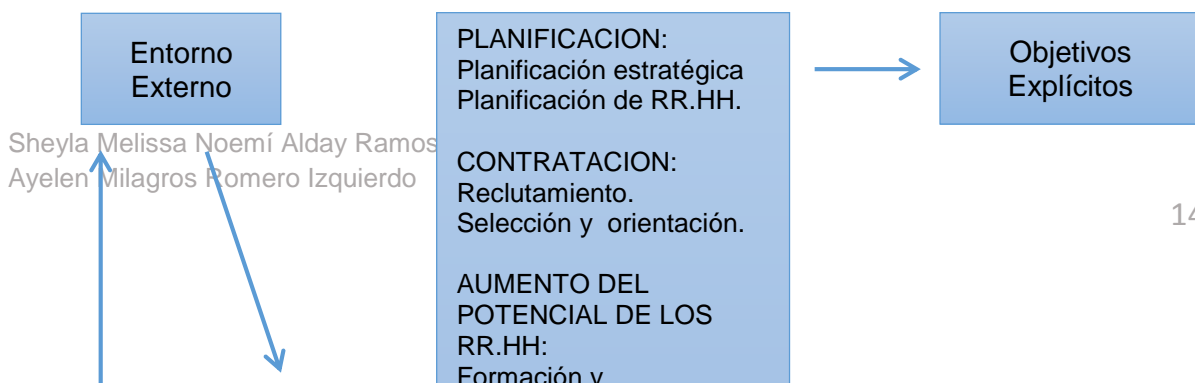
El Marco Común Europeo de referencia para las lenguas (M.C.E. Referencia) Es un estándar europeo que señala el nivel de dominio de un idioma, Los niveles de referencia están identificados por letras de A a C, son niveles donde A es nivel bajo y C es nivel más avanzado. (p. 19).

- a) Plantear estrategias referentes al Idioma inglés en el sistema educativo y hacer un diagnóstico de las políticas referente al idioma inglés.
- b) Definir objetivos y el perfil de egresado para las empresas según los RRHH.
- c) Incluir pruebas estandarizadas para el dominio del idioma inglés para los egresados USS.

OBJ 1. DEFINIR OBJETIVOS Y EL PERFIL DE EGRESADO PARA LAS EMPRESAS SEGÚN LOS RRHH.

De acuerdo a lo requerido por las empresas exportadoras e importadoras, proponemos según las funciones, actividades y objetivos de la gestión de los recursos humanos el perfil que debería obtener un profesional apto y competitivo.

Figura 35: Funciones y Actividades de la Gestión de los recursos humanos



Elaboración Propia

OBJETIVOS EXPLÍCITOS

a. Competencias cognoscitivas

El egresado de Negocios Internacionales debe ser capaz de desarrollar habilidades para desempeñarse en las áreas de:

- Gestión del Comercio Exterior.
- Economía Internacional.
- Inteligencia de Mercados Internacionales.
- Acceso a Mercados.
- Negocios Internacionales Especializados.
- Introducción a las Finanzas Internacionales.
- Finanzas Avanzadas.
- Métodos Cuantitativos.

- Estadística para los Negocios.
- Microeconomía.
- Macroeconomía.
- Derecho.
- Introducción al Marketing.
- Mercado de Capitales.
- Innovación Empresarial.
- Administración Estratégica.
- Estudio de Mercado.
- Administración de Operaciones.

b. Competencias altitudinales

Habrá adquirido las siguientes aptitudes que lo harán potencialmente apto para aplicar sus conocimientos en una organización local e internacional:

- Una aptitud lógico - matemática.
- Capacidad de análisis y síntesis.
- Un pensamiento crítico.
- Habilidad social.
- Aptitud para el trabajo en equipo.
- Una orientación y una disposición hacia el cliente y el consumidor local o externo.
- Capacidad de convencimiento.
- Habilidad para presentar ideas.
- Habilidad para los Idiomas en especial el inglés y Chino Mandarín.

c. Competencias valorativas

Se habrá formado en las siguientes competencias valorativas que le permitirán desarrollarse mejor como persona y profesional en los negocios internacionales:

- Reconoce de manera objetiva sus defectos y virtudes, reflexiona sobre ellos y busca siempre mejorar en lo personal, familiar, profesional y social.
- Respeta la dignidad de las personas sin importar género, raza o nivel de ingresos y promueve su respeto por los demás.
- Conoce los valores de las instituciones del país al que pertenece y actúa conforme a ellos.
- Conoce a sus proveedores y procura su desarrollo en favor de ellos mismos y su propia organización.
- Conoce y respeta a sus competidores, sea cual fuere su tamaño, evita referirse a ellos denigrándolos y condena las malas prácticas de competencia.
- Conoce y valora a sus clientes y consumidores, sea cual fuere su estrato social o económico, no los engaña, no se aprovecha de la situación de dominio que tuviere, y contribuye a su desarrollo promoviendo el consumo de productos cada vez mejores.
- Es consciente de su responsabilidad social como ejecutivo o propietario de una organización que tiene grupos de intereses diversos, entre los cuales le da especial atención a la comunidad en que se desarrolla su organización.
- Respeto a la libertad de pensamiento en el contexto global de la búsqueda de la verdad.
- Vocación de servicio en su quehacer diario y en su trabajo.
- Lealtad y sentido de pertenencia con su empresa, institución a la cual pertenece.
- Responsabilidad social para con el país y el mundo

OBJETIVOS IMPLÍCITOS

- Productivo.
- Calidad de vida en el trabajo
- Cumplido en las normativas de la empresa.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

Se refieren a la rentabilidad y competitividad, al incremento de valor de la empresa y en definitiva a una mejora de la eficiencia y eficacia del egresado, esto se llevara a cabo evaluando:

- Competitividad.
- Resultados del Trabajador o egresado.
- Adaptabilidad.

OBJ 2.- INCLUIR PRUEBAS PARA EL DOMINIO DEL INGLÉS Y SU COMPETITIVIDAD

Incluir un sistema de evaluación conocido por los países hispano hablantes, este sistema multilingüe mide las competencias lingüísticas que son fundamentales para quienes quieren lograr el éxito en su vida profesional. Empresas, instituciones educativas y centros de formación han descubierto que las pruebas multilingües BUSINESS LANGUAGE TESTING SERVICE (BULATS) Servicio de Pruebas de Lenguaje Empresarial, constituyen una forma rápida, flexible y asequible de obtener una evaluación exacta de las aptitudes lingüísticas en el lugar de trabajo. Por lo tanto es asequible para los egresados de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la universidad Señor de Sipán.

El sistema BULATS además, ofrece tanto cursos de preparación como potentes herramientas de auditoría lingüística que sirven de ayuda a la hora de decidir en materia de formación y contratación.

Sus principales características están:

- Resultados rápidos y precisos a un costo asequible
- Aceptación internacional
- Su aplicación es modular, lo que permite la aplicación de los módulos de manera individual o en cualquier combinación
- Resultados por competencias por habilidades comunicativas, de acuerdo al estándar del Marco Común Europeo de Referencias de las Lenguas

- Al ser on-line, puede administrarse en cualquier lugar, fecha y horario, sólo se requiere una PC con conexión a Internet y un Head set (set de audífono y micrófono)
- Está disponible en inglés, alemán, francés y castellano

Estructura del examen BULATS

Tabla 42: Estructura del examen BULATS

MODULO	CONTENIDO	DURACION
Reading and Listening (Comprensión Lectora y Auditiva)	Habilidades de recepción y comprensión, aunque incluye conocimientos de gramática y vocabulario. Parte 1: Listening Parte 2: Reading and Language Knowledge	85 minutos
Writing (Expresión Escrita)	Las preguntas se presentan en la pantalla del computador y las respuestas se tipean mediante el uso de teclado. La evaluación es efectuada por un examinador real, debidamente entrenado y certificado por Cambridge. Parte 1: redacción corta de una carta o e-mail de 50 a 60 palabras Parte 2: redacción de un informe de 180 a 200 palabras	45 minutos
Speaking (Expresión oral)	Las preguntas se presentan en la pantalla del computador y las respuestas se graban automáticamente. La evaluación es efectuada por un examinador real, debidamente entrenado y certificado por Cambridge. Parte 1: 8 preguntas de información personal y profesional Parte 2: Lectura de oraciones en voz alta Parte 3: Presentación de un tópico a elegir Parte 4: Presentación de gráficos de una empresa ficticia Parte 5: Actividad comunicativa de dar opinión	10-15 minutos

Elaboración Propia

Debido a que las habilidades comunicativas son esenciales para el éxito de una organización. Las empresas utilizan BULATS para la selección de personal, la selección adecuada de personal para puestos que tengan que negociar a nivel

internacional, para medir el progreso de planes de capacitación en idiomas implementados como parte de sus planes de desarrollo de Recursos Humanos.

Usar BULATS permite a consolidar el idioma extranjero como una fortaleza en las fuerzas de trabajo. Asimismo, revela las fortalezas y debilidades en las habilidades comunicativas que se evalúan.

Resultados:

Todos los alumnos, trabajadores, etc. reciben un reporte de resultados, impreso en papel membretado de BULATS. Los resultados se muestran por habilidad y adicionalmente se brinda un resultado general. Todos los resultados se reportan de acuerdo al Marco Común Europeo.

Tabla 43: Escala de Niveles de la valoración del idioma inglés (BULATS).

BULATS score	Level Description	CEFR level
90–100	Upper advanced	C2
75–89	Upper advanced	C1
60–74	Upper intermediate	B2
40–59	Intermediate	B1
20–39	Elementary	A2
0–19	Beginner	A1

Elaboración Propia

Acceso a las diferentes convocatorias a becas de países de habla inglesa.

El motivo de esta investigación surge a raíz de que el mundo cada vez está más globalizado y por lo tanto el idioma general a expresarse a nivel mundial es el INGLÉS, el cual nos permite estar más cerca así seamos de distintos países en donde su idioma natal es otro por lo que se agrega a la aplicación cotidiana en las diversas áreas específicamente en esta estamos hablando del aprendizaje de este idioma universal en la totalidad de su alumnado y docentes de la Universidad señor

de Sipán, para de esta manera hacer profesionales con potencial de exportación, lo cual generaría mayor prestigio y propuesta laboral a nivel mundial

OBJ 3. PLANTEAR ESTRATEGIAS REFERENTE AL IDIOMA INGLES

En la propuesta para plantear estrategias primero se debe medir como el Egresado en Negocios Internacionales al terminar su carrera está siendo competente, tanto en el Idioma Ingles como en su capacidad académica, es por ello que antes de iniciar con las estrategias se tendría que evaluar si el egresado está saliendo con las habilidades y destrezas requeridas por las empresas para ellos podemos ver que el egresado de Negocios Internacionales, al terminar sus estudios, debe ser capaz de:

Competitivo en lo académico:

- Ocupar posiciones gerenciales en empresas multinacionales.
- Aplicar conocimientos enfocados en la economía globalizada.
- Desarrollar mercados internacionales ya existentes y crear nuevos.
- Dominar modernos mecanismos de financiamiento que el mercado global exige.
- Desempeñarse en organismos internacionales y entidades de apoyo a la gestión comercial internacional.
- Desarrollar una visión de negocio internacional para llevar a cabo un proyecto o empresa propia.

Competitivo en el idioma Ingles:

Aquí se debe de evaluar qué nivel del idioma Ingles el estudiante y futuro egresado de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán está siendo competitivo y cuáles son sus falencias como el tal. Para ello debemos de seguir los siguientes pasos:

Niveles comunes de referencia

Escala global

Nivel B1

Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio.

Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua.

Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal.

Nivel B2

Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes.

Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización.

Puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores.

Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos, así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.

Comprender

Comprensión auditiva

Nivel B1

Comprendo las ideas principales cuando el discurso es claro y normal y se tratan asuntos cotidianos que tienen lugar en el trabajo, en la escuela, durante el tiempo de ocio, etc.

Comprendo la idea principal de muchos programas de radio o televisión que tratan temas actuales o asuntos de interés personal o profesional, cuando la articulación es relativamente lenta y clara.

Nivel B2

Comprendo discursos y conferencias extensos e incluso sigo líneas argumentales complejas siempre que el tema sea relativamente conocido.

Comprendo casi todas las noticias de la televisión y los programas sobre temas actuales.

Comprendo la mayoría de las películas en las que se habla en un nivel de lengua estándar.

Comprensión de lectura

Nivel B1

Comprendo textos redactados en una lengua de uso habitual y cotidiano o relacionado con el trabajo.

Comprendo la descripción de acontecimientos, sentimientos y deseos en cartas personales.

Nivel B2

Soy capaz de leer artículos e informes relativos a problemas contemporáneos en los que los autores adoptan posturas o puntos de vista concretos.

Comprendo la prosa literaria contemporánea.

Hablar

Interacción oral

Nivel B1

Sé desenvolverme en casi todas las situaciones que se me presentan cuando viajo donde se habla esa lengua.

Puedo participar espontáneamente en una conversación que trate temas cotidianos de interés personal o que sean pertinentes para la vida diaria (por ejemplo, familia, aficiones, trabajo, viajes y acontecimientos actuales).

Nivel B2

Puedo participar en una conversación con cierta fluidez y espontaneidad, lo que posibilita la comunicación normal con hablantes nativos.

Puedo tomar parte activa en debates desarrollados en situaciones cotidianas explicando y defendiendo mis puntos de vista.

Expresión oral

Nivel B1

Sé enlazar frases de forma sencilla con el fin de describir experiencias y hechos, mis sueños, esperanzas y ambiciones.

Puedo explicar y justificar brevemente mis opiniones y proyectos.

Sé narrar una historia o relato, la trama de un libro o película y puedo describir mis reacciones.

Nivel B2

Presento descripciones claras y detalladas de una amplia serie de temas relacionados con mi especialidad.

Sé explicar un punto de vista sobre un tema exponiendo las ventajas y los inconvenientes de varias opciones.

Escribir

Expresión escrita

Nivel B1

Soy capaz de escribir textos sencillos y bien enlazados sobre temas que me son conocidos o de interés personal.

Puedo escribir cartas personales que describen experiencias e impresiones.

Soy capaz de escribir textos claros y detallados sobre una amplia serie de temas relacionados con mis intereses.

Nivel B2

Puedo escribir redacciones o informes transmitiendo información o proponiendo motivos que apoyen o refuten un punto de vista concreto.

Sé escribir cartas que destacan la importancia que le doy a determinados hechos y experiencias.

Aspectos cualitativos del uso de la lengua hablada.

CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Conclusión general

El Impacto de este Idioma se comprueba que el profesional que conoce el idioma inglés tiene 80% de ventajas en cuanto a conseguir empleo en las diversas empresas nacionales e internacionales y a la vez que las universidades que forman con este idioma universal que es el idioma Inglés, sus alumnos gozan de mayor prestigio como lo serán los egresados de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán 2016.

Conclusión específica

De acuerdo a los resultados obtenidos se comprueba que el 51.1% de los profesionales que requieren las empresas e instituciones en su mayoría, necesitan que sean bilingües (que tengan un buen dominio del idioma) como requisito indispensable para los egresados de Negocios Interaccionales de la USS.

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos resaltar que la importancia del dominio del Idioma Ingles para una adecuada competencia lingüística es del 80.85% permitiendo al egresado de Negocios Internacionales de la Universidad de señor de Sipán ser más competitivo ya que le permitirá dominar más de dos idiomas y obtendrá cada vez más ventajas y oportunidades de trabajo.

De acuerdo a los resultados obtenidos se debe desarrollar y poner en práctica diversas estrategias (definir el perfil del egresado, incluir pruebas del dominio del idioma y plantear estrategias referente al idioma ingles) para así mejorar la competitividad en los futuros egresados de la Escuela de Negocios Internacionales USS.

RECOMENDACIONES.

Se recomienda a las empresas exportadoras e importadoras evaluar las competencias lingüísticas en el idioma Inglés de acuerdo al perfil profesional requerido, para el egresado de la escuela de Negocios Internacionales de la Región Lambayeque.

Se recomienda incluir pruebas de dominio del idioma inglés como el BULATS para poder mejorar la competitividad del egresado de la Carrera de Negocios Internacionales y así mismo aprovechar las becas ampliamente disponibles para los egresados en maestrías o diplomados en los diferentes programas que ofrece el Estado Peruano.

Se recomienda establecer estrategias de competitividad en el impacto del idioma inglés para el egresado de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán.

REFERENCIAS

Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
Ayelen Milagros Romero Izquierdo

The guardian (2013). Luci Paul. El caso para el aprendizaje de Idiomas. Britania.

Consultado en:

<http://www.theguardian.com/education/2013/dec/10/language-skills-deficit-costs-uk-economy>

Universia España (2016). El ingles en el mundo de los Negocios. España.

Consultado en:

<http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/10/24/976749/ingles-mundo-negocios.html#>

El Pais (2000). Mario Vargas LLoza. Las culturas y la Globalizacion. España

consultado en:

http://elpais.com/diario/2000/04/16/opinion/955836005_850215.html.

Ngan Tran, M (2015). EF EPI Indice de Nivel de Ingles. Argentina. Consultado

en:

http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/02/150210_ingles_idioma_apitud_indice_wbm

Gobierno Regional de Lambayeque (2015). Idioma Ingles Orientados al convertir al peru en un pais bilingüe. Peru. Consultado en:

<http://www.regionlambayeque.gob.pe/web/noticia/detalle/19129?pass=MTY>

=

Revista Global de Negocios (2015). Vásquez Narváez Germán Aníbal.IMPACTO DE LOS INDICADORES DE COMPETITIVIDAD RELACIONADOS CON LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL COMERCIO

INTERNACIONAL.Mexico. pag13 - 28. Consultado en:

<http://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=271115095026086002008109015105111006017000060055059029121030116023088076096031123125100029055040112124009074030067116073125098119082082087053120>

[018023125000073005088038034008121005081020028096115124004086091085067008066122098025024099066107074087020007&EXT=pdf](http://www.universia.edu.pe/estudios/unfv/administracion-negocios-internacionales/st/239552)

Administracion de Negocios Internacionales. (2016). Obtenido de Administracion de Negocios Internacionales

<http://www.universia.edu.pe/estudios/unfv/administracion-negocios-internacionales/st/239552>

Europeo, M. C. (s.f.). Marco Comun Europeo de Referencia para las lenguas: Aprendizaje, Enseñanza y Evaluacion.

http://cvc.cervantes.es/15669D30-A4A4-41BA-94B2-2587DE564D7E/FinalDownload/DownloadId-1362CC7F1B002CFDBC42AEAE7491F1B9/15669D30-A4A4-41BA-94B2-2587DE564D7E/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf

Intelligent, E. (Mayo de 2015). INGLES EN EL PERU un analisis de la politica, las percepciones y los factores de influencia. Obtenido de INGLES EN EL PERU un analisis de la politica, las percepciones y los factores de influencia:

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/318A8FA6AC9F382105257F3E00611BB9/\\$FILE/Ingl%C3%A9s_en_el_Per%C3%BA.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/318A8FA6AC9F382105257F3E00611BB9/$FILE/Ingl%C3%A9s_en_el_Per%C3%BA.pdf)

Nacional, M. d. (2015). serie lineamientos curriculares. Obtenido de serie lineamientos curriculares

http://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-339975_recurso_7.pdf

Peña, D. (. (s.f.). "Importancia de las destrezas lingüísticas en el idioma inglés para el aseguramiento de la calidad en la prestación del servicio en el departamento de comercialización y ventas del hotel venetur mar".

<http://hotelescuela.no-ip.org/anexos/13/09/18/942.pdf>

Rafael Severino Ruiz, M. A. (2012). Metodología aplicada para los docentes en la enseñanza- Aprendizaje de Lenguas extranjeras. Republica Dominicana.

https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/bmangada/ense%F1anza%20lenguas%20extranjerass.pdf

Rodríguez, A. (2015). Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios. Mexico.

[http://www.spentamexico.org/v2-n2/2\(2\)%20156-228.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n2/2(2)%20156-228.pdf)

Definición de la lengua extranjera, “Importancia del idioma inglés en las instituciones de educación superior: el caso de la Corporación Universitaria de Sabaneta”, Juan de Dios Uribe Zirene Lugar: Corporación Universitaria de Sabaneta.

<https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/unip/article/viewFile/14441/12676>

El inglés como lengua internacional; Muñoz, Laoz. (2011) capitulo 1; pag.22

<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10435/cap1.pdf;jsessionid=97CB31A43EB631FFFE352A5D4353A19.tdx1?sequence=3>

El inglés como lengua internacional; House (2010), Capítulo 1; Pág. 21

<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10435/cap1.pdf.txt?sequence=2>

El inglés como lengua internacional; González Davies y Celaya Villanueva (2011); Capítulo 1; Pág. 18.

<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10435/cap1.pdf.txt?sequence=2>

Enfoque Lingüístico libro: Estrategia metodológica para el desarrollo de la competencia comunicativa profesional en idioma inglés en la licenciatura en periodismo ; Ramírez Oyarzo, Raúl Ramiro ; editorial Editorial Universitaria; Pag.32 ; fecha Julio 2015

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=11138357&p00=estrategia+metodol%C3%B3gica+desarrollo+competencia+comunicativa+profesional+idioma+ingl%C3%A9s+licenciatura+periodismo>

Importancia: revista; Importancia del inglés en los negocios Internacionales en la era digital; Samanamud Luis, (2013).

<http://maestrofinanciero.com/importancia-del-ingles-en-los-negocios/http://www.seminarium.com/noticias/la-importancia-del-idioma-ingles-la-hora-de-hacer-negocio/>

Características del idioma ingles; Revista Bienvenido Vega Lameda (CV); Tania Miladys Azahares Fernández;Filial de Ciencias Médicas “Tamara Bunke Bider”; Departamento de Idioma (2011).<http://www.eumed.net/rev/ced/24/vlaf.htm>

Competencia comunicativa libro: “Estrategia metodológica para el desarrollo de la competencia comunicativa profesional en idioma inglés en la licenciatura en periodismo”. Por: Ramírez Oyarzo, Raúl Ramiro; editorial Editorial Universitaria; Pág. 14 (2015).

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=11138357&p00=estrategia+metodol%C3%B3gica+desarrollo+competencia+comunicativa+profesional+idioma+ingl%C3%A9s+licenciatura+periodismo>

El concepto de competencia comunicativa en la enseñanza de lenguas. Libro: “Estrategia metodológica para el desarrollo de la competencia comunicativa profesional en idioma inglés en la licenciatura en periodismo”; Por: Ramírez Oyarzo, Raúl Ramiro; Editorial Universitaria; Pag.15 (2015).

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=11138357&p00=es+trategia+metodo+l%C3%B3gica+desarrollo+competencia+comunicativa+profesional+idioma+ingl%C3%A9s+licenciatura+periodismo>

El Marco de Referencia Europeo para las Lenguas: Comunicación, Docencia y Evaluación (UE, 2011), “El concepto de competencia comunicativa en la enseñanza de lenguas”

http://cvc.cervantes.es/15669D30A4A441BA94B22587DE564D7E/FinalDownload/DownloadId5BFEBAF6133C4293F8D581CF4EFD30ED/15669D30-A4A4-41BA-94B22587DE564D7E/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf

Impacto del idioma Inglés; María Guadalupe CASTRO OLIVA en Idiomas e Imagen Estudiante en Doctorado por la Universidad de Evry; Pág. 1. (2012)

http://www.mufm.fr/sites/mufm.univ-toulouse.fr/files/evenement/symposium/ponencias/maria_guadalupe_castro_oliva.pdf

Competitividad “Un índice regional de competitividad para un país”; Benzaquen, Jorge; Editorial D – CEPAL; pag 70. (2010).

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10576894&p00=%C3%ADndice+regional+competitividad+pa%C3%ADs>

Análisis de la competencia en la actividad Turística; Por Flores Ruiz, David, Barroso González, María de la O; Editorial Septem Ediciones (2012); Pag. 15

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10625578&p00=an%C3%A1lisis+competencia+actividad+tur%C3%ADstica>

Competitividad en los negocios.- revista La Competitividad en los Negocios Internacionales y su enfoque a la exportación como agente de desarrollo; (2011).

<http://ruthchicana.blogspot.pe/2009/08/la-competitividad-en-los-negocios.html>

Impacto de competitividad; “Utilización de las TIC y su impacto en la competitividad de las empresas latinoamericanas”; Por Carlos Scheel Mayenberger. Ángel Eustorgio Rivera González (2012); Pag. 1.

http://www.urosario.edu.co/urosario_files/72/726b4ccf-3299-4def-8967-258090217460.pdf

Definición de negocios Internacionales; revista Negocios Internacionales (2015).<http://negociosinternacionalesenelperu.blogspot.pe/>

Exportaciones; Libro Negocios internacionales Por Fajardo Valenzuela, Víctor; Editorial Editorial Alba S.A.; Pág. 10 (2013).

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10576832&p00=negocios+internacionales>

Importaciones Libro: Negocios internacionales; Por Fajardo Valenzuela, Víctor; Editorial Editorial Alba S.A.; Pag.17; Fecha 2013

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10576832&p00=negocios+internacionales>

Beneficios del comercio internacional; Libro Estrategias competitivas para las empresas exportadoras de aguacate; red empresarial del aguacate Michoacano; Por: Bonales Valencia, Joel, Sánchez Silva, Mario; Editorial: E-libro; Pág. 24; Fecha: Junio 2011

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10365590&p00=estrategias+competitivas+empresas+exportadoras+aguacate%3A+red+empresarial+del+aguacate+michoacano>

Ventajas del comercio internacional Libro: Estrategias competitivas para las empresas exportadoras de aguacate: red empresarial del aguacate Michoacano; Por: Bonales Valencia, Joel, Sánchez Silva, Mario; Editorial: E-libro; Pág. 24; (2011).

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10365590&p00=estrategias+competitivas+empresas+exportadoras+aguacate%3A+red+empresarial+del+aguacate+michoacano>

Comercio exterior Lineamiento Libro: Universidad 2012: memorias. XI Taller Internacional “La Educación Superior y sus Perspectivas”; Por Ministerio de Educación Superior, Universidades de la Republica de Cubo; Editorial: Editorial Universitaria; Pág. 24 (xxiv); Fecha: 2012

<http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10552457&p00=universidad+2012%3A+memorias.+xi+taller+internacional+%E2%80%9C+educaci%C3%B3n+superior+perspectivas%E2%80%9D%3B>

“Niveles del idioma ingles universidad de Sevilla “

<http://www.superprof.es/blog/ingles-necesario-para-estudiar-comercio-internacional/>

Institutodeidiomas.us.es/español/. Niveles

www.educacionyculturaaz.com

http://www.academia.edu/12804077/La_expansi%C3%B3n_del_idioma_ingl%C3%A9s_y_su_repercusi%C3%B3n_en_el_mundo

El inglés como imperativo del mercado laboral, por Robert Half, 2015, Chile.

<https://www.roberthalf.cl/sobre-robert-half/columnas-de-opinion/el-ingles-como-imperativo-del-mercado-laboral>

ANEXOS

EGRESADA: ANA LUCIA VARGAS TIRADO

Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
Ayelen Milagros Romero Izquierdo

REDACTAR

Entrevista para Egresado Recibidos x

AYELEN MILAGROS ROMERO IZQUIERDO <rizquierdosaye@crece.uss.edu.pe> para analu2794 1 oct. ☆

Hola Ana , Te envío la entrevista para que me puedas apoyar en responderla de misma manera darte las gracias por tu apoyo, tiempo y por poder ayudarme a realizar mi investigación , te adjuntare tambien la carta por parte de la escuela hacia ustedes los egresados... muchas gracias una vez ya respondida reenviamelo xfavo

2 archivos adjuntos

Carta para los E... ENTREVISTA PAR...

Ana Lucia Vargas Tirado <analu2794@gmail.com> para mí 3 oct. ☆

ENTREVISTA PARA EGRESADOS

EGRESADA: ANAIS FIORELLA VALLEJOS LUCUMI

REDACTAR

entrevista para egresado Recibidos x

AYELEN MILAGROS ROMERO IZQUIERDO Hola Anais , Te envío la 1 oct. ☆

Anais Fiorela Vallejos Lucumi <anaisvallejos94@gr> para mí 3 oct. ☆

Estimada Milagros,
Adjunto la entrevista actualmente respondida,
Disculpa la demora, espero sirva de mucho mis respuestas,

Saludos.

ENTREVISTA PARA EGRESADOS

ENTREVISTA PA...

Anais Fiorela Va.. Unirse a Google+ Mostrar detalles

EGRESADO: JOSE CERCADO GONZALES

Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
Ayelen Milagros Romero Izquierdo

REDACTAR respuestas Recibidos x

José cercado gonzales <cercado15_97@hotmail.com> @ 1 oct. ☆

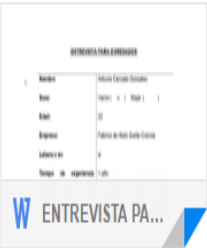
para mí

Mostrar detalles

Recibidos (1.479)
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (30)
Follow up
Misc
Priority
Más

Buscar contactos...

cobustamantech@



ENTREVISTA PARA ABEL CAMPOS	
Nombre	Abel Campos Zapata
Sexo	Masculino
Educación	Graduado de la Universidad de Lambayeque
Profesión	Abogado
Fecha de nacimiento	15/08/1980
Fecha de expedición	15/08/2008

EGRESADO: ABEL CAMPOS ZAPATA

Correo 103 de 1.820

REDACTAR Entrevista USS Recibidos x

abel Campos Zapata <abelcamposzapata@gmail.com> @ 1 oct. ☆

para mí

Mostrar detalles

Unirse a Google+


Lic. Abel Antoni Campos Zapata
Pedro Ruiz # 1118 Pueblo Joven Santa Rosa
Lambayeque - Perú
Tf: 51-74-505483
Cel: 994479479
RPM: # 994479479

Recibidos (1.479)
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (30)
Follow up
Misc
Priority
Más

Buscar contactos...

cobustamantech@
crece.uss.edu.pe
quiere chatear contigo.
¿Aceptas?


Meli Alday
Betsy Pamela Arr...
CHRISTIAN GUS...
CLAUDIA LUCIA ...
CPEaD Centro d...



ENTREVISTA PARA ABEL CAMPOS	
Nombre	Abel Campos Zapata
Sexo	Masculino
Educación	Graduado de la Universidad de Lambayeque
Profesión	Abogado
Fecha de nacimiento	15/08/1980
Fecha de expedición	15/08/2008



EMPRESA PERALES HUANCARUNA

USS 

Correo ▾


Entrevista Recibidos x

Jorge Romero <jorge.romero@perhu...> 18:27 (hace 6 minutos) ☆

Estimada Srta. Ayelen:

Envío Entrevista.

Saludos Cordiales
Jorge Romero Izquierdo
CONTADOR GENERAL
Perales Huancaruna SAC
Cel. 957984078



W ENTREVISTA PA...

Jorge Romero
 jorge.romero@perhusa.com.pe
 Mostrar detalles

REDACTAR

Recibidos (1.477)
 Destacados
 Importantes
 Enviados
 Borradores (30)
 Follow up
 Misc
 Priority
 Más ▾

Buscar contactos...

cobustamantech@crece.uss.edu.pe quiere chatear contigo.
 ¿Aceptas?

Meli Alday
 Betsy Pamela Arr...
 CHRISTIAN GUS...
 CLAUDIA LUCIA ...
 JOSE CARLOS ...

Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
 Ayelen Milagros Romero Izquierdo

ICPNI



AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.C.



Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
Ayelen Milagros Romero Izquierdo

ENCUESTAS PARA EGRESADOS

Nombre: _____

Empresa: _____

Cargo: _____

1.- ¿Cree usted que es importante y necesario saber el idioma inglés siendo egresado de Negocios Internacionales?

a) SI b) NO

2.- ¿En qué nivel consideras que te encuentras en el idioma Inglés, sabiendo que estudiaste la carrera de Negocios Internacionales?

a) Básico b) Intermedio c) Avanzado

3.- ¿Cuánto te ayudado el idioma inglés en su vida laboral?

a) Bastante b) Regular c) Nada

4.- ¿En su centro laboral, le han pedido como requisito saber el idioma inglés como segunda lengua?

a) SI b) NO

5. ¿Cree usted como egresado de la carrera de negocios internacionales de la USS, que el idioma inglés le da un valor agregado para futuros negocios internacionales?

a) SI b) NO

6. ¿Cree usted que saber el idioma inglés como segunda lengua en un egresado de Negocios Internaciones le hace ser más competitivo?

a) SI b) NO

7. ¿De acuerdo al Idioma Inglés, Cree usted que fue suficiente a lo largo de su carrera lo aprendido en el centro de Idiomas?

- a) Suficiente b) Regular c) Insuficiente

8. ¿Cómo egresado de la USS, cree usted que en la malla curricular se debería incluir el inglés, sabiendo que la Carrera es negocios Internacionales?

- a) Totalmente de acuerdo b) Acuerdo c) Desacuerdo

9. ¿Considera que una de las razones por las cuales no ha logrado una plaza en el área de Negocios Internacionales es por la falta del idioma Inglés?

- a) SI b) NO

10. ¿Qué temas relacionados al inglés, cree usted que debe ser necesario aprender para desempeñarse en su vida laboral?

- a) inglés comercial
- b) Ingles en los Negocios Internacionales.
- c) Glosario de Inglés en los Negocios Internacionales.
- d) T.A
- e) N.A

ENCUESTA PARA EMPRESAS

Nombre: _____

Empresa: _____

Cargo: _____

Marca con una x la respuesta:

1. ¿Cuáles de las funciones del encargado de las exportaciones e importaciones están relacionadas con el idioma Inglés?
 - () Investigación e inteligencia de nuevos mercados.
 - () Promoción internacional de bienes y servicios.
 - () Planeación y desarrollo de estrategias de operación y comercialización en organizaciones con estándares internacionales.
 - () Logística internacional de mercancías.
 - () Administración de procesos de importación y exportación de bienes y servicios.
 - () Asesoría en proyectos de inversión extranjera.
 - () Consultoría en materia de comercio internacional y comercio exterior.
 - () Dirección de entidades públicas o privadas.
 - () Empresario.
 - () T.A.

2. ¿Qué cualidades debe tener un trabajador que maneje el tema de importaciones o exportaciones?
 - () Competente
 - () Hábil
 - () Aptitud Personal
 - () Manejo de Idiomas
 - () T.A.

3. ¿Cuál es el Perfil que ustedes como empresa busca en un trabajador de Comercio Exterior?
 - () Interés por las diferentes culturas e idiomas.
 - () Debe ser una persona de mente abierta.
 - () Debe tener visión proactiva, con una clara misión en sus resultados y objetivos.
 - () Debe contar un alto interés en los procesos de comercialización nacional e internacional.
 - () Interés por la toma de decisiones y el trabajo en equipo en contextos interculturales y multidisciplinarios.
 - () T.A.

4. ¿Qué característica debe tener un trabajador de comercio exterior?
 - a) Deficiente
 - B) Bueno
 - C) Malo

5. ¿Cómo empresario exige a los trabajadores de negocios internacionales que sepan obligatoriamente el idioma Inglés como segunda lengua?
 - a) Nada
 - b) Regular
 - c) Mucho

6. ¿Piensa usted como empresario, que es necesario que un especialista de Negocios Internacionales, tenga un buen dominio en el idioma inglés?
 - a) Si
 - b) No

7. De acuerdo a la pregunta anterior, un especialista de Negocios Internacionales que nivel de inglés debería tener?
 - a) Deficiente
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente

8. Como empresario, para usted ¿Es más fácil contratar a una persona que sepa inglés y que aprenda en el día a día de los negocios de la empresa?
 - a) Si
 - b) No

9. Usted como empresario, financiaría la formación del idioma ingles a una persona que sepa de los Negocios Internacionales?
 - a) Si
 - b) No

10. ¿Usted como empresario cree que el idioma Inglés en el especialista de Negocios Internacionales es un valor agregado en la vida laboral?
 - a) Si
 - b) No

11. ¿Cree usted como empresario, que saber el idioma inglés en un especialista de Negocios Internacionales le hace más competitivo?
 - a) Si
 - b) No

ENTREVISTA PARA INSTITUCION

Nombre: _____

Institución: _____

Cargo: _____

Tiempo de experiencia laboral: _____

1. ¿Para ser competitivo es necesario dominar el inglés frente al comercio exterior a nivel Internacional?

- Si
- No

2. ¿En su opinión, influye el idioma Inglés en la apertura de negocios que da el gobierno peruano para el comercio exterior?

- Si
- No

3. ¿Conoce algunas normas que el Estado Peruano, ha ido implementando para un adecuado aprendizaje del idioma ingles frente a los negocios Internacionales?

- Ninguna
- Pocas
- Muchas

4. Cree usted que el estado está colaborando para que los profesionales de todas las carreras tengan el conocimiento del idioma Ingles?

- SI
- No

5. A qué nivel está colaborando el Estado Peruano para ello?

- Alto
- Medio
- Bajo

6. Para que usted obtenga su puesto, fue necesario tener al menos un inglés básico?.
- Si
 - No
7. ¿Cree usted que es necesario, para la contratación de un especialista de negociaciones Internacionales, presente una competencia alta en conocimiento del idioma inglés para su desarrollo profesional?.
- Siempre
 - A veces
 - Nunca
8. ¿Cómo entidad que nivel cree usted que debería tener un egresado de Negocios Internacionales?
- Básico
 - Intermedio
 - Avanzado
9. ¿Qué cualidades recomienda como entidad a los estudiantes de negocios internacionales para llegar a ser competitivo en el campo laboral?
- Hábil
 - Aptitud Personal
 - Manejo de Idiomas
 - Le gusta negociar
 - Comunicador
 - T.A.

LISTA DE EGRESADOS ENTREVISTADOS.

- 1.-Alegria Quinde George
- 2.- Ángeles Durand Jesús Alberto
- 3.- Arcila Céspedes Yerka Alejandra
- 4.- Arribasplata Fernández Yonathan
- 5.- Baca Herrera Yaritza Paulette
- 6.- Bances Chafloque Talisa Madeley
- 7.- Bustamante Exebio Josué Alejandro
- 8.- Campos Malca Dandy
- 9.-Campos Zapata Abel Antoni
- 10.- Carballo Fasabi Vitia Esther
- 11.- Carranza Olivera María Luzlinda
- 12.- Cercado Gonzales Antonio
- 13.- Contreras Ruiz Katty
- 14.- Chavez Corrales Paul Ganpierre
- 15.- Chavesta Cornejo Eduard Hans Jairo
- 16.- Davila Chimoy Suggeit Jackeline
- 17.- Fiestas Rojas Noshua
- 18.- Gamero Muñoz Joel
- 19.- Gutiérrez Quiroz Virginia María
- 20.- Huancas Huamán Edwin Eulises
- 21.- Jara Villarreal Zucetty Yvonne
- 22.- Llamo Rojas Sarely
- 23.-Mundaca Fernández Keila Lucero
- 24.- Ramírez Cueva James Humberto

- 25.- Rodríguez Ramos Ricardo Yuri
- 26.- Rojas Incio Kelly Yamalith
- 27.- Román Montenegro Estefany
- 28.- Ruiz Salazar Leslie Karen
- 29.- Saavedra Samillan Marielena
- 30.- Sánchez Purizaca Marily del Rosario
- 31.- Tocto Ocupa Kennedy Raúl
- 32.- Torres Correa Sheyla Beatriz
- 33.- Torres Rimapa Alejandra
- 34.- Vallejos Lucumi Anais
- 35.- Vallejos Morante Claudia Izamar
- 36.- Vásquez Aguirre Liz Sheyla Estefanía
- 37.- Vásquez Díaz Hugo Enrique
- 38.- Vásquez Valle Lucia
- 39.-Vargas Tirado Ana Lucia
- 40.- Velezmoro Guevara Jorge Crystyan
- 41.- Vidaurre Bances Marcelino
- 42.- Vidarte Dávila Anghella Belissa
- 43.- Villalobos Jibaja Doria Veronica Lissethe
- 44.- Faya Romero Vania Artemira
- 45.- Zamora Ortigas Claudia Ángela
- 46.- Zapata Cubas Marisela Melania
- 47.- Zuñiga carrasco Víctor Daniel

LISTA DE EMPRESAS EXPORTADORAS E IMPORTADORAS E INSTITUCIONES.

1. Perales Huancaruna S.A.C.
2. Nor Café S.A.C.
3. Scharff Logística integrada S.A.
4. San Roque S.A.
5. Empresa Agrícola San Juan S.A.
6. El Águila S.R.L.
7. Promotora de la Agricultura Sustentable Sa-Proassa
8. Procesadora Frutícola S.A.
9. Industria Arroceras de América S.A.C.
10. Procesadora, Comercializadora Montenegro S.A.C. - Procomsa
11. Food Export norte S.A.C.
12. Ransa comercial S.A.
13. Promotora y Servicios Lambayeque S.A.C. - Proserla S.A.C.
14. Quicornac S.A.C.
15. Pronatur S.A.C.
16. Negociación Agrícola Jayanca S.A
17. Servicios Procesadora Perú S.A.C.
18. v & f S.A.C.
19. Exportg & dfenix S.R.L.
20. Empresa Agroindustrial Cayalti S.A.A.
21. Agrícola Cerró Prieto S.A.
22. Instituto peruano de comercio y negocios internacionales S.A.C.
23. Instituto de Economía y desarrollo S.A.C.
24. Jayanca Fruits S.A.C.
25. Maisara Fruits Perú S.A.C.
26. Asociación de Productores Cafetaleros Juan Marco el Palto
27. Cecanor
28. Altomayo Perú S.A.C.
29. Central fronteriza del norte de cafetaleros - Cenfrocafe

30. Asociación regional de exportadores -Arex
31. Asociación de exportadores –Adex
32. Cámara de Comercio
33. Mincetur.
34. Autoridad Portuaria Nacional de Lambayeque.
35. Gercetur.
36. Sierra Exportadora
37. Ipcni.
39. Yotita S.A
40. Agribrands Purina
41. Agroindustrias AIB
42. Agrícola San Juan
43. Industrias Valleper S.A.C
44. SENASA
45. Fruto Tongorrape Sociedad Anónima
46. Export Import Candres S.A.C
47. Frutos Tropicales del Norte S.A

**PLAN DE ESTUDIO DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
PARA LOS ALUMNOS PROXIMOS A EGRESAR DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR
DE SIPAN (2016).**

CODIGO	ASIGNATURA	HORAS TEORIA	HORAS PRACTICA	TOTA HORAS	SEM	REQUISITO	
I	1FG011	LECTURA Y REDACCIÓN UNIVERSITARIA	4	2	6	5	
	1FG012	COMPETENCIA LÓGICO - MATEMATICA	4	2	6	5	
	1FG013	DESARROLLO PERSONAL Y CREATIVIDAD	2	2	4	3	
	1NI011	INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	4	2	6	5	
	1NI012	ADMINISTRACIÓN	3	2	5	4	
	1TU011	TUTORIA I	1	0	1	0	
	1AI011	ACTIVIDADES INTEGRADORAS I	0	2	2	0	
	SUBTOTAL	18	12	30	22		
II	1FG021	CATEDRA SEÑOR DE SIPÁN	2	2	4	3	
	1FG022	LA PERSONA Y SU ACCIÓN	3	2	5	4	
	1NI021	EMPRENDEDURISMO	3	2	5	4	1NI012
	1NI022	MATEMÁTICA APLICADA	3	2	5	4	1FG012
	1NI023	VISIÓN CULTURAL DEL MUNDO	4	2	6	5	
	1TU021	TUTORIA II	1	0	1	0	
	1AI021	ACTIVIDADES INTEGRADORAS II	0	2	2	0	
	SUBTOTAL	16	12	28	20		
III	1FG031	CULTURA Y GESTIÓN AMBIENTAL	2	2	4	3	
	1NI031	CONTABILIDAD EMPRESARIAL	4	2	6	5	
	1NI032	MARKETING	3	2	5	4	
	1NI033	MICROECONOMÍA	3	2	5	4	
	1NI034	MATEMÁTICA FINANCIERA	3	2	5	4	1NI022
	1TU031	TUTORIA III	1	0	1	0	
	1AI031	ACTIVIDADES INTEGRADORAS III	0	2	2	0	
	SUBTOTAL	16	12	28	20		
IV	1FI041	MÉTODOS ESTADÍSTICOS	3	2	5	4	
	1NI041	MACROECONOMÍA	3	2	5	4	1NI033
	1NI042	FINANZAS	4	2	6	5	1NI034
	1NI043	COMERCIO INTERNACIONAL	3	2	5	4	
	1NI044	NOMENCLATURA ARANCELARIA	3	2	5	4	
	1TU041	TUTORIA IV	1	0	1	0	
	1AI041	ACTIVIDADES INTEGRADORAS IV	0	2	2	0	
	SUBTOTAL	17	12	29	21		
V	1FG051	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA	3	2	5	4	
	1NI051	DERECHO EMPRESARIAL	3	2	5	4	
	1NI052	ESTADÍSTICA APLICADA	3	2	5	4	1FI041
	1NI053	COSTOS Y PRESUPUESTOS	3	2	5	4	1NI031
	1NI054	VALORACIÓN Y REGIMEN DE ADUANAS	3	2	5	4	1NI044

VI	1FG061	GESTIÓN EMPRESARIAL, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD	2	2	4	3	
	1NI061	GESTIÓN DE ADUANAS	3	2	5	4	1NI054
	1NI062	PROYECTOS DE INVERSIÓN	4	2	6	5	1NI042
	1NI063	DERECHO DEL COMERCIO INTERNACIONAL	3	2	5	4	1NI051
	ASIGNATURA ELECTIVA N° 1		3	2	5	4	
SUBTOTAL		15	10	25	20		
VII	1FG071	DERECHOS HUMANOS Y SOCIEDAD PERUANA	2	2	4	3	
	1NI071	INTELIGENCIA COMERCIAL INTERNACIONAL	3	2	5	4	
	1NI072	NEGOCIACIONES INTERNACIONALES	3	2	5	4	1NI063
	1NI073	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS INTERNACIONALES	4	2	6	5	1NI062
	ASIGNATURA ELECTIVA N° 2		3	2	5	4	
SUBTOTAL		15	10	25	20		
VIII	1NI081	INTEGRACIÓN ECONÓMICA Y ACUERDOS DE COOPERACIÓN	3	2	5	4	1NI072
	1NI082	INTERNATIONAL MANAGEMENT LOGISTIC	3	2	5	4	1NI061
	1NI083	INTERNATIONAL MARKETING	3	2	5	4	
	1NI084	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	3	2	5	4	1NI071
	ASIGNATURA ELECTIVA N° 3		3	2	5	4	
SUBTOTAL		15	10	25	20		
IX	1FI091	INVESTIGACIÓN I	2	6	8	5	TODOS LOS CURSOS DEL I AL VIII
	1NI091	SEMINARIO AVANZADO I	3	2	5	4	
	1PP091	PRACTICA PREPROFESIONAL I	2	28	30	16	TODOS LOS CURSOS DEL I AL VIII
	SUBTOTAL		7	36	43	25	
X	1FI101	INVESTIGACIÓN II	2	6	8	5	1FI091
	1NI102	SEMINARIO AVANZADO II	3	2	5	4	
	1PP101	PRACTICA PREPROFESIONAL II	2	28	30	16	1PP091
	SUBTOTAL		7	36	43	25	
TOTAL			141	160	301	213	

**PLAN DE ESTUDIOS: ESCUELA DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS
FUTUROS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE
SIPAN (2017).**

CICLO	CODIGO	ASIGNATURA	HORAS TEORIA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CREDITOS	REQUISITO
I	1FG011	LECTURA Y REDACCIÓN UNIVERSITARIA	4	2	6	5	
	1FG012	COMPETENCIA LÓGICO - MATEMATICA	4	2	6	5	
	1FG013	DESARROLLO PERSONAL Y CREATIVIDAD	2	2	4	3	
	1NI011	INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	4	2	6	5	
	1NI012	ADMINISTRACIÓN	3	2	5	4	
	1TU011	TUTORIA I	1	0	1	0	
	1AI011	ACTIVIDADES INTEGRADORAS I	0	2	2	0	
	1AI011	INGLES	0	0	0	0	
	SUBTOTAL			18	12	30	22
II	1FG021	CATEDRA SEÑOR DE SIPÁN	2	2	4	3	
	1FG022	LA PERSONA Y SU ACCIÓN	3	2	5	4	
	1NI021	EMPRENDIMIENTO	3	2	5	4	1NI012
	1NI022	MATEMÁTICA APLICADA	3	2	5	4	1FG012
	1NI023	VISIÓN CULTURAL DEL MUNDO	4	2	6	5	
	1TU021	TUTORIA II	1	0	1	0	
	1AI021	ACTIVIDADES INTEGRADORAS II	0	2	2	0	
	1AI021	INGLES	0	0	0	0	
	SUBTOTAL			16	12	28	20
III	1FG031	CULTURA Y GESTIÓN AMBIENTAL	2	2	4	3	
	1NI031	CONTABILIDAD EMPRESARIAL	4	2	6	5	
	1NI032	MARKETING	3	2	5	4	
	1NI033	MICROECONOMÍA Y FINANZAS	3	2	5	4	
	1NI033	INGLES	0	0	0	0	
	1TU031	TUTORIA III	1	0	1	0	
	1AI031	ACTIVIDADES INTEGRADORAS III	0	2	2	0	
	SUBTOTAL			16	12	28	20
IV	1FI041	METODOS ESTADISTICOS	3	2	5	4	
	1NI041	MACROECONOMÍA	3	2	5	4	1NI033
	1NI042	FINANZAS	4	2	6	5	1NI034
	1NI043	COMERCIO INTERNACIONAL	3	2	5	4	
	1NI044	NOMENCLATURA ARANCELARIA	3	2	5	4	
	1TU041	TUTORIA IV	1	0	1	0	

	1AI041	ACTIVIDADES INTEGRADORAS IV	0	2	2	0	
		ENVASES Y EMBALAJES					
	1NI034	MATEMÁTICA FINANCIERA	3	2	5	4	1NI022
	1NI034	INGLES	0	0	0	0	
		SUBTOTAL	17	12	29	21	
V	1FI051	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA	3	2	5	4	1FI041
	1NI051	DERECHO EMPRESARIAL	3	2	5	4	
	1NI052	ESTADÍSTICA APLICADA A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES	3	2	5	4	1FI041
	1NI053	COSTOS, PRECIOS, Y COTIZACIONES INTERNACIONALES	3	2	5	4	1NI031
	1NI054	REGÍMENES Y MÉTODOS DE VALORACIÓN	3	2	5	4	1NI044
		INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES					
		TRANSPORTE INTERNACIONAL					
	1NI054	INGLES	0	0	0	0	
		SUBTOTAL	15	10	25	20	
VI	1FG061	GESTIÓN EMPRESARIAL, INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD	2	2	4	3	
	1NI061	GESTIÓN DE ADUANAS Y TRIBUTACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR	3	2	5	4	1NI054
	1NI062	PROYECTOS DE INVERSIÓN	4	2	6	5	1NI042
	1NI063	DERECHO DEL COMERCIO INTERNACIONAL	3	2	5	4	1NI051
		LOGISTIC MANAGEMENT					
		FINANZAS INTERNACIONALES					
	1NI063	INGLES	0	0	0	0	
		ASIGNATURA ELECTIVA N° 1	3	2	5	4	
	SUBTOTAL	15	10	25	20		
VII	1FG071	DERECHOS HUMANOS Y SOCIEDAD PERUANA	2	2	4	3	
	1NI071	INTELIGENCIA COMERCIAL INTERNACIONAL	3	2	5	4	
	1NI072	NEGOCIACIONES INTERNACIONALES	3	2	5	4	1NI063
	1NI073	ESTRATEGIAS COMPETITIVAS INTERNACIONALES	4	2	6	5	1NI062
		GERENCIA DE IMPORTACIONES					
		NORMAS INTERNACIONALES DE CALIDAD					
	1NI073	INGLES	0	0	0	0	

	ASIGNAT URA ELECTIVA N° 2		3	2	5	4	
	SUBTOTAL		15	10	25	20	
VIII	1NI081	INTEGRACIÓN ECONÓMICA Y ACUERDOS DE COOPERACIÓN	3	2	5	4	1NI072
	1NI082	INTERNATIONAL MANAGEMENT LOGISTIC	3	2	5	4	1NI061
	1NI083	INTERNATIONAL MARKETING	3	2	5	4	
	1NI084	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	3	2	5	4	1NI071
		ACUERDOS DE COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN ECONÓMICA					
	1NI084	INGLES	0	0	0	0	
	ASIGNAT URA ELECTIVA N° 3		3	2	5	4	
	SUBTOTAL		15	10	25	20	
IX	1FI091	INVESTIGACIÓN I	2	6	8	5	TODOS LOS CURSOS DEL I AL VIII
	1NI091	SEMINARIO AVANZADO I	3	2	5	4	
	1PP091	PRACTICA PREPROFESIONAL I	2	28	30	16	TODOS LOS CURSOS DEL I AL VIII
	1PP091	INGLES	0	0	0	0	
	SUBTOTAL		7	36	43	25	
X	1FI101	INVESTIGACIÓN II	2	6	8	5	1FI091
	1NI102	SEMINARIO AVANZADO II	3	2	5	4	
	1PP101	PRACTICA PREPROFESIONAL II	2	28	30	16	1PP091
	1PP101	INGLES	0	0	0	0	
	SUBTOTAL		7	36	43	25	
TOTAL			141	160	301	213	

PRUEBA DIAGNÓSTICA EN EL IDIOMA INGLES APLICADA A ESTUDIANTES DE VI A X CICLO DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN.

OBJETIVO

Sensibilizar a la comunidad educativa de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán sobre la importancia del dominio de una segunda lengua en el ejercicio de su profesión.

POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Estudiantes de la Escuela de Negocios Internacionales de la USS de los ciclos VI, VII, VIII, IX y X.

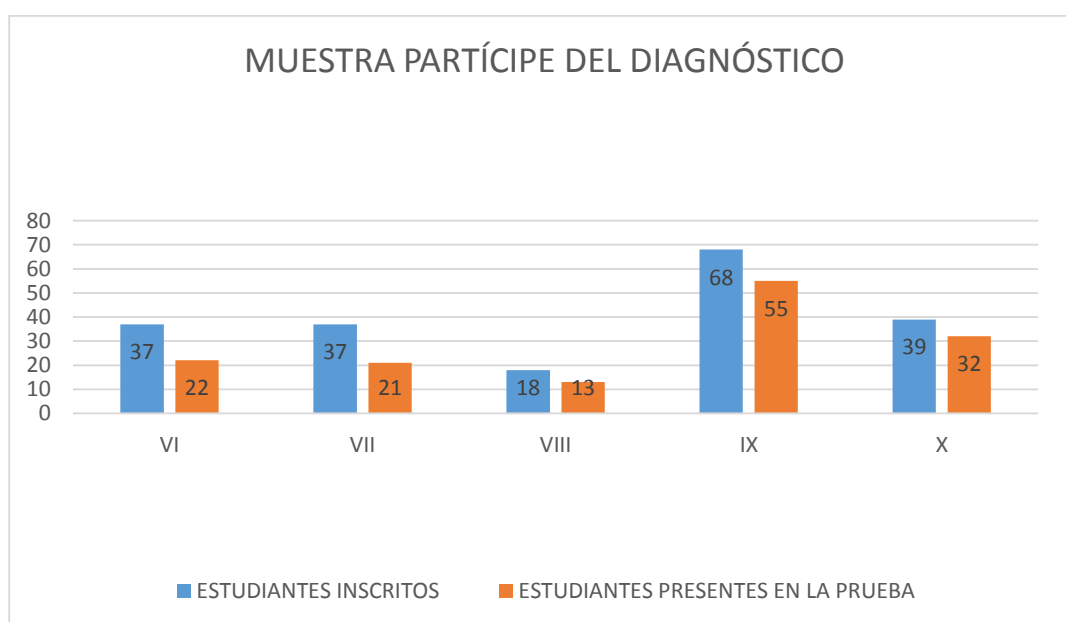
METODOLOGIA

Se aplicó un simulador de contexto laboral que comprendía 21 preguntas en inglés con grados de dificultad variables entre los niveles A1 y B2 según el marco común europeo para las lenguas. La información que se solicitaba en cada pregunta hacía referencia al ámbito de la vida personal del estudiante, suprimiendo aquellas en las cuales se pudiese requerir un conocimiento específico de un área concreta; para la evaluación de comprensión lectora se utilizó un texto corto que vinculaba conceptos básicos y necesarios a la jerga propia de su profesión sobre el cual se solicitó a los estudiantes manifestar la idea global del mismo.

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis de los resultados obtenidos se ha considerado en primera instancia, estimar la validez de la muestra esperando una participación mínima del 55 % del total del universo por ciclo evaluado, obteniendo los siguientes indicadores:

GRUPO	ESTUDIANTES INSCRITOS	ESTUDIANTES PRESENTES EN LA PRUEBA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
VI	37	22	60%
VII	37	21	57%
VIII	18	13	73%
IX	68	55	81%
X	39	32	82%
TOTAL DE ESTUDIANTES	199	143	72%



Establecida la validez de la muestra, se analizaron los resultados a la luz de tres criterios fundamentales:

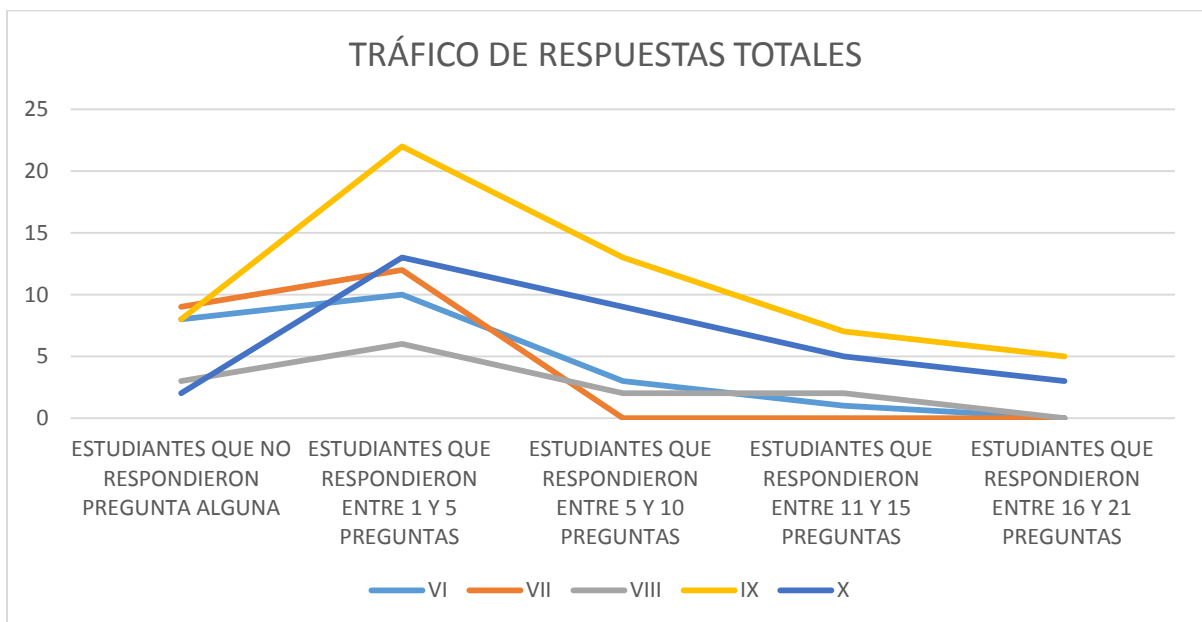
1. Número de respuestas obtenidas por ciclo, discriminadas de la siguiente manera:

- a. Estudiantes que no respondieron pregunta alguna
- b. Estudiantes que respondieron entre una y cinco preguntas

- c. Estudiantes que respondieron entre 5 y 10 preguntas
- d. Estudiantes que respondieron entre 11 y 15 preguntas
- e. Estudiantes que respondieron entre 16 y 21 preguntas

Este primer tamizaje no estima si las respuestas dadas a cada pregunta fueron correctas o no; los resultados obtenidos fueron los siguientes:

GRUPO	ESTUDIANTES QUE NO RESPONDIERON PREGUNTA ALGUNA	ESTUDIANTES QUE RESPONDIERON ENTRE 1 Y 5 PREGUNTAS	ESTUDIANTES QUE RESPONDIERON ENTRE 5 Y 10 PREGUNTAS	ESTUDIANTES QUE RESPONDIERON ENTRE 11 Y 15 PREGUNTAS	ESTUDIANTES QUE RESPONDIERON ENTRE 16 Y 21 PREGUNTAS
VI	8	10	3	1	
VII	9	12	0	0	
VIII	3	6	2	2	
IX	8	22	13	7	
X	2	13	9	5	



Tal como puede apreciarse en la gráfica, en todos los niveles encontramos que la gran mayoría de los estudiantes respondieron entre una y cinco preguntas, mostrando un descenso dramático en las siguientes variables. Si bien en los grupos de IX y X ciclo hay un aumento en el número de estudiantes que respondieron entre 16 y 21 preguntas, cabe anotar que en noveno ciclo dos de estos estudiantes son de intercambio y en el X ciclo uno de tres estudiantes presenta la misma particularidad.

Resalta a su vez el gran número de estudiantes que no respondió pregunta alguna. A lo largo de la prueba y en todos los ciclos varios estudiantes afirmaban entender lo que les preguntaban pero no saber cómo responder; sin embargo, cuando se les solicitaba que expresaran la información que decía entender en su propia lengua, se evidenciaba lo siguiente:

Contexto: Entrevista de trabajo

Pregunta del test: Are you bondable?

Significado: Pregunta usual en las entrevistas de trabajo que busca determinar si el aspirante es una persona de confianza, sin antecedentes criminales.

Traducción del estudiante: ¿Es bondadoso?

Se resalta este caso particular toda vez que la mayoría de los estudiantes del indicador *“Estudiante que respondieron entre una y cinco preguntas”*, respondieron solo un ítem y fue este.

2. Número de respuestas correctas obtenidas por ciclo, discriminadas de la siguiente manera:

- Estudiantes que no acertaron pregunta alguna
- Estudiantes que acertaron entre 1 y 5 preguntas

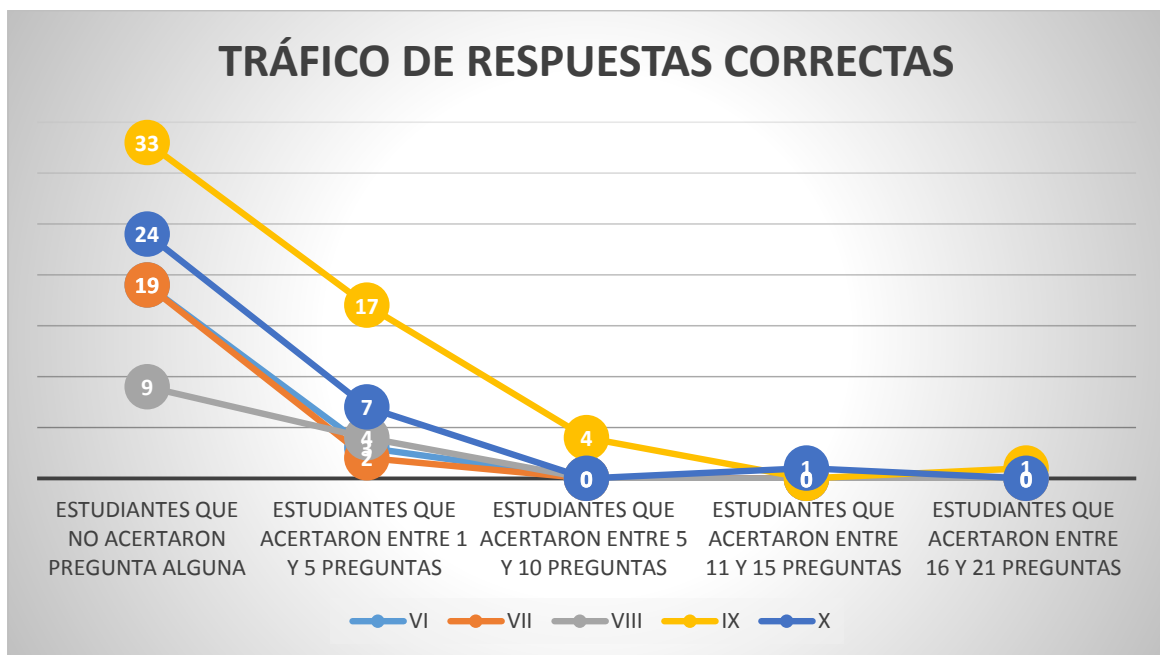
Estudiantes que acertaron entre 5 y 10 preguntas

Estudiantes que acertaron entre 11 y 15 preguntas

Estudiantes que acertaron entre 16 y 21 preguntas

Una vez revisadas las pruebas, se analizó el número de respuestas correctas por ciclo, obteniendo los siguientes resultados:

CICLO	ESTUDIANTES QUE NO ACERTARON PREGUNTA ALGUNA	ESTUDIANTES QUE ACERTARON ENTRE 1 Y 5 PREGUNTAS	ESTUDIANTES QUE ACERTARON ENTRE 5 Y 10 PREGUNTAS	ESTUDIANTES QUE ACERTARON ENTRE 11 Y 15 PREGUNTAS	ESTUDIANTES QUE ACERTARON ENTRE 16 Y 21 PREGUNTAS
VI	19	3	0	0	0
VII	19	2	0	0	0
VIII	9	4	0	0	0
IX	33	17	4	0	1
X	24	7	0	1	0



La primera gráfica solo representaba el número de respuestas obtenidas por ciclo sin estimar si estas eran correctas o no; la segunda gráfica representa el tráfico de respuestas correctas obtenidas en cada ciclo. Como puede evidenciarse, el número de estudiantes que no acertaron pregunta alguna (en el cual se han incluido a los

estudiantes que dejaron su prueba en blanco) es significativamente alto en comparación con los indicadores que le sucedieron.

En el X ciclo por ejemplo, encontramos que solo dos estudiantes dejaron su prueba en blanco, lo que significa que obtuvieron un puntaje igual a cero, sin embargo en esta nueva gráfica se puede evidenciar que el número de estudiantes que obtuvieron un puntaje igual a cero a pesar de responder algunas preguntas aumentó 22 estudiantes. Esta misma tendencia se evidencia en los demás ciclos.

Si se valoran las razones, se encuentra que muchos de los evaluados poseen un vocabulario básico pero carecen de dominio sobre las estructuras de la lengua; llama la atención a su vez que en la mayoría de los casos se encontraron errores considerables en el uso del verbo to be, traducciones literales del español al inglés en las cuales se utilizaba la estructura gramática del español e incluso, situaciones en las cuales se mezclaba español e inglés. Así por ejemplo, en la mayoría de preguntas “w” (What, Why, Where, When) los estudiantes iniciaban su respuesta con “Yes”; esto podría deberse a que si la pregunta estuviera en español, ellos habrían iniciado su respuesta utilizando “si, ...” o “ya, ...”

Es importante advertir en este informe que los estudiantes de IX y X ciclo que obtuvieron respuestas correctas superior a 11 ítems son de intercambio, esto significa que ninguno de los estudiantes de la USS lograron obtener más de 11 preguntas correctas; es necesario a su vez informar que en el IX ciclo uno de los cuatro estudiantes que acertaron entre cinco y 10 preguntas es de intercambio.

3. Prueba de comprensión lectora:

Se solicitó a los participantes del estudio que leyeran el siguiente fragmento y expresaran –en español- tres ideas fundamentales del mismo:

The globalization of modern business has ensured that more opportunities are available for individuals to build a career. At the same time, being proficient in a field is not just sufficient rather the capability to market your skills globally has become a

priority. In order to be competitive in an international business market you should have fluency in English language to state your ideas/views clearly

Esta prueba se realizó en todos los ciclos y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Sexto ciclo: Ningún estudiante comprendió el texto
- Séptimo ciclo: Tan solo uno de los estudiantes manifestó comprender algunas palabras pero no el sentido global del texto
- Octavo ciclo: Dos estudiantes expresaron lo que comprendían pero en su discurso se evidenciaba que definían las palabras inglesas buscando alguna que se le pareciera en español, por ejemplo:

Fluency:

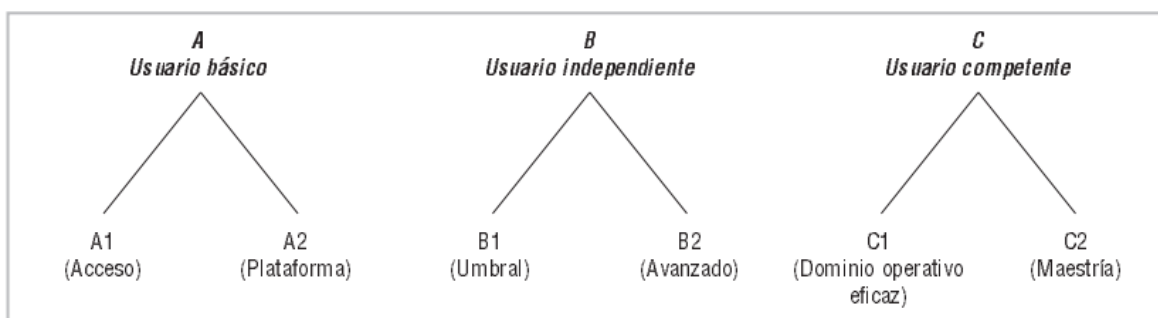
Traducción del estudiante: Fluir

Available: Disponible

Traducción del estudiante: hábilmente

- Noveno y décimo ciclo: se obtuvieron los mismo resultados que en octavo ciclo

Si se estiman los resultados obtenidos a la luz del Marco común europeo para las lenguas, el cual describe el dominio de un hablante de la siguiente manera:



Se puede afirmar que el nivel de dominio de la lengua inglesa de los estudiantes de últimos ciclos de la escuela de negocios internacionales es A1, con algunos casos

aislados en los que se evidencia un nivel A2. A continuación, la descripción de habilidades comunicativas presentes en este nivel:

Usuario básico	A2	Es capaz de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son especialmente relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones, etc.). Sabe comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de información sobre cuestiones que le son conocidas o habituales. Sabe describir en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno, así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas.
	A1	Es capaz de comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente, así como, frases sencillas destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato. Puede presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce. Puede relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar.

En lo que refiere a las habilidades comunicativas específicas, puede afirmarse que los estudiantes de la Escuela de Negocios Internacionales se capaces de:

		A1	A2
COMPRENDER	Comprensión auditiva	Reconozco palabras y expresiones muy básicas que se usan habitualmente, relativas a mí mismo, a mi familia y a mi entorno inmediato cuando se habla despacio y con claridad.	Comprendo frases y el vocabulario más habitual sobre temas de interés personal (información personal y familiar muy básica, compras, lugar de residencia, empleo). Soy capaz de captar la idea principal de avisos y mensajes breves, claros y sencillos.
	Comprensión de lectura	Comprendo palabras y nombres conocidos y frases muy sencillas; por ejemplo las que hay en letreros, carteles y catálogos.	Soy capaz de leer textos muy breves y sencillos. Sé encontrar información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos, como anuncios publicitarios, prospectos, menús y horarios, y comprendo cartas personales breves y sencillas.
ESCRIBIR	Expresión escrita	Soy capaz de escribir postales cortas y sencillas; por ejemplo, para enviar felicitaciones. Sé rellenar formularios con datos personales; por ejemplo, mi nombre, mi nacionalidad y mi dirección en el formulario del registro de un hotel.	Soy capaz de escribir notas y mensajes breves y sencillos relativos a mis necesidades inmediatas. Puedo escribir cartas personales muy sencillas; por ejemplo, agradeciendo algo a alguien.

HABLAR	Interacción oral	Puedo participar en una conversación de forma sencilla siempre que la otra persona esté dispuesta a repetir lo que ha dicho o a decirlo con otras palabras y a una velocidad más lenta, y me ayude a formular lo que intento decir. Planteo y contesto a preguntas sencillas sobre temas de necesidad inmediata o asuntos muy habituales.	Puedo comunicarme en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información sobre actividades y asuntos cotidianos. Soy capaz de realizar intercambios sociales muy breves, aunque, por lo general, no puedo comprender lo suficiente como para mantener la conversación por mí mismo.
	Expresión oral	Utilizo expresiones y frases sencillas para describir el lugar donde vivo y las personas a las que conozco.	Utilizo una serie de expresiones y frases para describir con términos sencillos a mi familia y a otras personas, mis condiciones de vida, mi origen educativo y mi trabajo actual, o el último que tuve.

Tal como se expresa en el Marco Común Europeo para las Lenguas, “Se considera que el nivel A1 (Acceso) es el nivel más bajo del uso generativo de la lengua, el punto en el que el alumno puede interactuar de forma sencilla, sabe plantear y contestar preguntas sobre sí mismo, sobre el lugar donde vive, sobre las personas que conoce y sobre las cosas que tiene; realiza afirmaciones sencillas en áreas de necesidad inmediata o relativas a temas muy cotidianos y sabe responder a cuestiones de ese tipo cuando se las formulan a él, en lugar de depender simplemente de un repertorio muy limitado, ensayado y organizado léxicamente de frases que se utilizan en situaciones concretas”.

En el caso de los estudiantes que obtuvieron puntajes superiores a uno, se puede afirmar que sus evaluaciones parecen reflejar el nivel al que se refiere la especificación Plataforma (A2). “Es en este nivel donde se encuentra la mayoría de los descriptores que exponen las funciones sociales, como, por ejemplo: sabe utilizar las formas habituales de saludar y de dirigirse a los demás amablemente; saluda a las personas, pregunta cómo están y es capaz de reaccionar ante noticias; se desenvuelve bien en intercambios sociales muy breves; sabe cómo plantear y contestar a preguntas sobre lo que hace en el trabajo y en su tiempo libre; sabe cómo hacer una invitación y responder a ella; puede discutir lo que hay que hacer, adónde ir y preparar una cita; es capaz de hacer un ofrecimiento y aceptarlo. Aquí también

se van a encontrar descriptores sobre el desenvolvimiento en la vida social: la versión simplificada y reducida del conjunto total de especificaciones relativas a transacciones del nivel Umbral para los adultos que viven en el extranjero, como, por ejemplo: es capaz de realizar transacciones sencillas en tiendas, oficinas de correos o bancos; sabe cómo conseguir información sencilla sobre viajes; utiliza el transporte público (autobuses, trenes y taxis); pide información básica, pregunta y explica cómo se va a un lugar y compra billetes; pide y proporciona bienes y servicios cotidianos”.

CONCLUSIONES:

Quien realiza este informe considera pertinente establecer acciones inmediatas que permitan al estudiantado mejorar su nivel en segunda lengua en el mediano plazo. Dado el tipo de población estudiantil que integra a la escuela (su contexto social, familiar, cultural, etc) es necesario realizar actividades en las cuales se propicie la reflexión en torno al proyecto de vida de cada estudiante y su proyección profesional puesto que si no se expone al alumno a las diversas requisiciones (actitudinales, académicas, procesuales, etc) que el mundo de los negocios demanda, este no considerará la relevancia del aprendizaje de una segunda lengua para su vida y por lo tanto mantendrán la resistencia que ahora manifiestan.

Es pertinente a su vez que desde el segundo semestre se exija a los docentes asignar actividades en las cuales el estudiante se vea abocado a utilizar la lengua inglesa, cuidando de que las actividades asignadas no puedan ser elaboradas por terceros; así por ejemplo, podemos solicitar a los estudiantes hacer videos cortos en los que deban explicar un tema sencillo de la clase en inglés, programar exposiciones sobre temas muy básicos en segunda lengua, etc. Estas actividades deberán aumentar su nivel de exigencia de manera procesual semestre a semestre.

Es necesario plantear el debate académico al interior de la Escuela sobre la pertinencia y viabilidad de exigir a los estudiantes presentar una prueba de inglés de tipo internacional como requisito para su graduación siendo el nivel B1 el mínimo admitido.

Desde el área de internacionalización, la escuela puede trabajar en intercambios de estudiantes y docentes de universidades de lengua inglesa que permitan a los estudiantes de la USS tener un contexto de práctica de la lengua.

Se puede, a su vez, programar conversatorios con personas dedicadas al reclutamiento de personal en empresas cuya actividad económica esté relacionada al campo de formación del estudiante a fin de que sean las mismas empresas quienes muestren a los estudiantes la necesidad de la adquisición de una segunda lengua.

Es menester establecer a su vez un plan de capacitación docente que brinde a estos recursos didácticos y metodológicos que ayuden a la inclusión de actividades en segunda lengua como piedra angular del currículo.

Elaborado por: Mabel Lilian Ríos Plazas
Docente del Programa Profesional en Lenguas Modernas
Universidad ECCI Colombia

INSTRUMENTO PARA EVALUACIÓN DEL INFORME FINAL DE INVESTIGACION CUANTITATIVA

FACULTAD DE _____

Sheyla Melissa Noemí Alday Ramos
Ayelen Milagros Romero Izquierdo

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE _____

TITULO DE INVESTIGACION:

AUTOR(ES):

ESCALA DE CALIFICACIÓN		
0	1	2
NO LOGRADO	EN PROCESO	LOGRADO

CRITERIOS	CARACTERÍSTICA	CALIFICACIÓN
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	El título es definido de manera clara y precisa.	
	Situación problemática expone la realidad problemática según contexto internacional, nacional, local relacionándolo con las variables de estudio.	
	La formulación del problema es redactada como interrogante presentando relación con el título.	
	Delimitación de la investigación se describe la cobertura que tuvo la investigación.	
	Redacta la justificación e importancia indicando el por qué y el para que de la investigación y cuál es su aporte.	
	Las limitaciones describen las dificultades, circunstancias, hechos y obstáculos que se encontraron en el proceso de investigación.	
	Los objetivos son redactados en modo infinitivo, indicando tiempo y espacio, relacionándolo con la solución al problema.	
MARCO TEÓRICO	Los antecedentes presentan una síntesis de las investigaciones más importantes, indican autor, lugar, tiempo, objetivos, aspectos relevantes del marco metodológico, resultados.	

	Predominando fuentes primarios, secundarias, respetando el estilo de citas.	
	Estado del arte: Si lo requiere.	
	Bases Teórico científicas se presenta los aportes científicos: paradigmas, modelos y teorías, que orientaron al análisis del problema y objeto de estudio.	
	Describe los términos conceptuales.	
MARCO METODOLÓGICO	Describe el tipo y diseño de investigación.	
	Describe la población, muestra, indicando el tipo de muestreo y la fórmula empleada para el cálculo de la misma. Indica los criterios de inclusión y exclusión.	
	Redacta la hipótesis relacionándolo con el diseño y los objetivos propuestos.	
	La Operacionalizacion evidencia la transformación de una variable (conceptual) a una operativa (indicador), señala las dimensiones, indicador, técnicas e instrumentos.	
	Describe los métodos y técnicas e instrumentos de recolección de datos.	
	Explica el procedimiento de intervención de los métodos y/o técnicas de recolección de datos que fueron utilizados.	
	Describe la organización estadística de la información obtenida, las técnicas de análisis estadístico utilizadas para procesar los datos (software) que permitieron obtener los resultados y como se analizó para llegar a las conclusiones.	
	Explica los criterios éticos considerados y que acciones han garantizado su aplicación.	
	Explica que criterios de rigor científico considerados y que acciones han garantizado su aplicación.	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	Contiene el procesamiento de la información con el resultado de los datos en tablas y gráficos, la interpretación de los mismos, describe la contratación de la hipótesis y describe el cumplimiento de los indicadores.	
	Explica los procedimientos empleados y discusión de los posibles alcances y significados de la investigación. Interpreta los resultados	

	obtenidos con respecto a la información encontrada en literatura, antecedentes e implicancias.	
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	Se utiliza si el tipo de investigación lo requiere. Describe detalladamente las características, componentes de la propuesta elaborada.	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Conclusiones se redactan y detallan de acuerdo al logro de los objetivos planteados en la investigación.	
	Las recomendaciones detalla el aporte del investigador como medidas de acción a tomar por las organizaciones o instituciones (públicas o privadas) materia de estudio como parte de la solución al problema que se investigó.	
REFERENCIAS	Presenta la lista de referencias que contiene información con suficiente detalle y utilidad para asegurar que existe material sobre el tema y de todas aquellas fuentes bibliográficas citadas en el texto, según normas establecidas de citas y referencias.	
ANEXOS	Se adjuntan los instrumentos, técnicas o tablas estándares, consentimiento informado que se utilizaran en el desarrollo de la investigación.	
ORIENTACIONES PARA LA REDACCIÓN DEL INFORME FINAL	Considera a todas las orientaciones detalladas en el esquema del informe final de investigación cualitativa	
INFORME FINAL DE TESIS	PUNTAJE TOTAL	

CRITERIOS	PUNTAJE OPTIMO 1*	PUNTAJE OPTIMO 1 **
Problema de investigación	14	14
Marco teórico	8	6
Marco metodológico	18	18

Análisis e interpretación de resultados	4	4
Propuesta de investigación	2	2
Conclusiones y recomendaciones	4	4
Referencias, Anexos y Orientaciones	6	6
TOTAL	56	54

* Carece de estado del arte

** Cuenta con estado del arte

CONDICIONES DE APROBACIÓN DEL INFORME	ESCALA (PUNTOS) *	ESCALA (PUNTOS) **
Desaprobado	0 - 40	0 - 38
Aprobado	41 - 56	39 - 54

CONDICIÓN:

APROBADO

DESAPROBADO

Observaciones:

Presidente del Jurado

Secretario del Jurado

Vocal del Jurado / Asesor

Fecha: _____