

La competencia linguo-cultural en inglés y su formación en estudiantes del área de negocios internacionales

The Linguo-Cultural Competence in English and Its Formation in International Business Students

Autores/Authors

Lic. Maritza Sandra Pibaque-Pionce

m1_aritza@hotmail.com

Dr. C. Ned Quevedo-Arnaiz

nedquevedo@yahoo.com

Ecuador

Dr. C. Silvia Colunga-Santos

silviacolungas@yahoo.es

silvia.colunga@reduc.edu.cu

Cuba

Resumen

La enseñanza-aprendizaje del Inglés con Fines Específicos (IFE) en el ámbito universitario, cobra cada vez una trascendencia mayor. Preparar al profesional en formación para exhibir desempeños, en correspondencia con las demandas sociales y las competencias profesionales exigidas, resulta de especial importancia. El presente trabajo incursiona en el tratamiento de la categoría de competencia profesional, competencia comunicativa y competencia linguo-cultural, vistas en el ámbito profesional de los negocios. A su vez, ofrece algunas pautas pedagógico-didácticas para favorecer la formación de la competencia linguo-cultural en inglés, para estudiantes de carreras del perfil de los negocios internacionales, desde el IFE. La investigación se soporta en los métodos de análisis documental, el inductivo-

Abstract

The teaching and learning of English for Specific Purposes (ESP) at the university level, has an increasing importance. Preparing training professionals in order to reveal performances in correspondence to the social demands, and the required skills for the jobs, is particularly important today. This paper deals with the category of professional competence, communicative competence and linguo-cultural competence, viewed in the professional field of business. At the same time, it offers some pedagogical-didactic approaches to favor the formation of the linguo-cultural competence in English for students in the area of international business from ESP. The research is developed by the documentary analysis, induction-deduction, theoretical systematization and the analysis-synthesis methods.

deductivo, la sistematización teórica y el **Key words:** teaching-learning, English for analítico-sintético. Specific Purposes, business, linguo-cultural

Palabras clave: enseñanza-aprendizaje, inglés competence

con fines específicos, negocios, competencia

linguo-cultural

Introducción

El idioma inglés es considerado como una herramienta fundamental para ampliar el campo ocupacional, favorecer la autonomía intelectual y participar plenamente en un mundo, donde la interacción entre los seres humanos no implica obligatoriamente la presencia física. El manejo de dicha lengua constituye el acceso a saberes formalizados y a variadas nociones del mundo, del negocio, la cultura y la sociedad, concebidas dentro de un escenario globalizado.

Algunos autores han profundizado en la necesidad de un inglés dirigido al campo científico y técnico: Ewer y Latorre (1967, pp. 221-229), Swales (1990, pp. 61-70), Selinker y Trimble (1978, pp. 37-52), Batista, Alburguez y León (2007, pp. 147-155), Inyoung (2008, pp. 50-61), Benesch (2008, p. 2). Todos ellos se centraban en la destreza escrita. La especificación de los fines en el Inglés con Fines Específicos (en lo adelante, IFE), permite concentrar su didáctica en un registro lingüístico determinado, una destreza concreta y ciertas funciones comunicativas, pero ello no supone, en absoluto, que la lengua sea especial; son especiales las necesidades de su uso en situaciones comunicativas. Este nuevo enfoque se diferenciaba de los anteriores en su aspecto metodológico, dando mayor importancia a las necesidades identificadas por los estudiantes y su actitud hacia el aprendizaje del idioma inglés.

Sin embargo, las complejidades y dificultades que presentan cada uno de los géneros involucrados en las distintas ramas del discurso científico, en especial las que corresponden al área de negocios internacionales, han ido limitando la función que deben cumplir tanto los diccionarios específicos para cada carrera, como los glosarios de términos especializados. Tal afirmación es corroborada por Álvarez (2003), cuando establece que el vocabulario técnico está directamente vinculado al progreso de la técnica y la ciencia.

En la actualidad, se considera el IFE como una actividad multidisciplinar en la que la clave para su mejor adaptación comienza por investigar aquella destreza que pueda ser más útil para formar y desarrollar con mayor efectividad y solidez los conocimientos, hábitos y habilidades en el idioma inglés, que den mejor contestación a las necesidades de su uso por los futuros profesionales. Todo ello en aras de elevar la calidad y competitividad profesional en el ámbito internacional, y lograr así la

excelencia académica, principal tarea que tienen todos aquellos responsabilizados en formar un egresado universitario altamente competente e integral.

Al respecto en España, (Alcaraz 2000, p. 240) ha identificado lo que él llama Inglés Profesional y Académico, que representa la vía que cada docente escoge para cubrir las necesidades de sus alumnos, qué esperan de la Universidad y, en concreto de la lengua inglesa: una ayuda que les facilite el acceso al mundo laboral. Las necesidades de aprendizaje actuales están directamente vinculadas con las necesidades profesionales futuras, que el docente debe considerar en su campo de enseñanza.

Cada vez más, las empresas abren líneas de negocio internacional en mercados emergentes, establecen colaboraciones internacionales, se fusionan y adquieren compañías extranjeras, realizan proyectos en el extranjero para sus clientes, etc. El idioma preferido para facilitar esa nueva forma de economía es el inglés, sin embargo, resulta difícil para el profesional comunicarse. Los problemas que surgen en la práctica educativa actual demandan soluciones contextualizadas en la situación particular en que se presentan y ancladas en las demandas de la época en que se desarrolla el proceso. La enseñanza del inglés para fines de formación profesional debe potenciar, en su contexto, la implicación de la situación actual global que demanda profesionales más competentes, no solo en cuanto a desarrollo de aptitudes propias de su profesión, sino de aquellas que constituyen herramientas para un desempeño profesional y laboral de mayor calidad, donde exista la verdadera relación lengua adquirida-cultura-negocios.

La idea de la diversidad cultural en educación, principalmente en el campo de los negocios, es la única vía para aprehender la complejidad cultural de las sociedades y escenarios actuales. Como señala Abdallah-Pretceille (2006). Lo esencial no es describir las culturas, sino analizar lo que sucede entre los individuos y grupos que dicen pertenecer a culturas diferentes; analizar sus usos culturales y comunicativos.

Desde la perspectiva de la educación basada en competencias, se sustenta que lo importante no es el título, ni la forma en que se adquiere, sino las potencialidades y dominio de herramientas metodológicas específicas para desarrollar ciertas tareas concretas de la actividad profesional.

La enseñanza del idioma inglés en las universidades tiene ante sí un reto que impone el mundo moderno y que es necesario alcanzar, a partir de una correcta planificación y diseño. Los profesionales sienten de forma creciente lo indispensable que resulta para cumplir sus metas profesionales y personales, las habilidades, y mejor aún, las competencias en idioma inglés.

Es sin duda, la enseñanza de idiomas en las organizaciones, una inversión que impacta directa y profundamente sobre las oportunidades en el exterior y la capacidad de importar conocimiento y

oportunidades al entorno local, donde prime lo intercultural abordado en tres aspectos fundamentales: la pertinencia, la convivencia y la inclusión (UNESCO, 2005^a, p.12-13).

En la Universidad Estatal del Sur de Manabí de Ecuador, uno de los principales objetivos es que los estudiantes dominen el inglés como otra lengua, además de la materna, para poder procesar información transmitida en un idioma extranjero. Esta investigación surge a partir de la experiencia acumulada en la práctica docente, y los resultados de técnicas de exploración aplicadas a estudiantes y profesores del quinto semestre de las carreras de Comercio Exterior, Gestión Empresarial y Ecoturismo, donde se detectó que en la dinámica del proceso de enseñanza-aprendizaje del I.F.E. se manifiestan deficiencias marcadas en la comunicación, especialmente en el orden lingüístico y cultural.

El propósito del presente trabajo consiste en incursionar, desde una perspectiva pedagógica, en el análisis de las categorías de competencia comunicativa y competencia linguo-cultural, vistas en el ámbito profesional de los negocios.

Materiales y métodos

Para la realización del estudio del que da cuentas el presente artículo, se partió de una sistematización teórica de los trabajos más importantes en la temática, se indagó en una amplia bibliografía, tomándose en consideración los antecedentes relacionados con el IFE para carreras de negocios, la actualidad y necesidad de estudio, las falencias teóricas con énfasis en las perspectivas de competencias poco abordadas y la insuficiente relación lengua adquirida-cultura-negocios.

En un segundo momento se aplicaron observaciones en el aula y fuera de esta, encuestas y entrevistas, para evaluar el estado actual de la competencia linguo-cultural del inglés y su formación en estudiantes del área de negocios internacionales. Los resultados de la implementación de estos instrumentos fueron corroborados a partir de la triangulación metodológica realizada.

Resultados y discusión

En los orígenes de la enseñanza de lenguas con fines específicos, Hutchinson y Waters (1987, p. 183), referidos por García S. (2013, p.51), diferenciaban cinco etapas. Ellas marcan la necesidad de buscar una especialización en el aprendizaje del inglés con relación a la profesión. El objetivo que se persigue con el IFE es el de dotar al estudiante de una herramienta de la que se pueda servir en situaciones profesionales.

El centro de las planificaciones debe basarse en las competencias a adquirir por el alumno, a partir de una ruptura del concepto tradicional lineal del profesor (contenidos-métodos de enseñanza-sistemas de evaluación). Es más bien el "alineamiento constructivo", según el cual los métodos de enseñanza y los sistemas de evaluación se definen paralela e integradamente, en relación con las competencias a alcanzar (Biggs, 2005, p.17); (Prieto, 2014, p.26).

Una competencia es “una característica subyacente en una persona que está causalmente relacionada con el desempeño, referido a un criterio superior o efectivo, en un trabajo o situación” (Spencer, 1993, pp.2-6); (Díaz, 2006, pp. 22-26). En consecuencia, la competencia supone una potencial forma de actuar adaptada a una situación.

De acuerdo con esta definición, se habla de características subyacentes porque la competencia es una configuración en la personalidad del estudiante que puede predecir su comportamiento, en una amplia variedad de situaciones académicas o profesionales.

Montero (2009), expone que el concepto de competencia incluye una aproximación externa y otra interna. La primera tiene que ver con una demanda individual o social de la resolución de las tareas, mientras que la segunda es propia de la actividad mental y la capacidad para ponerla en práctica y afrontar dichas demandas.

La forma que adopte la competencia en el estudiante estará condicionada por el contexto en el que se desplieguen sus conocimientos, habilidades, valores, etc. También, por las propias situaciones de estudio o trabajo a las que se enfrente, con los requisitos y las limitaciones asociadas a un entorno académico o profesional completo, tal como es; es decir, con sus retos, sus presiones, sus distorsiones y cambios.

El Marco Común de Referencia: Enseñanza, Aprendizaje y Evaluación de las Lenguas, define las *competencias* como “la suma de conocimientos, destrezas y características individuales que permiten a una persona realizar acciones” (MCERL, 2002, 12). Así pues, en el ámbito educativo se traduce en las tres dimensiones conocidas como: saber (*savoir*), saber hacer (*savoir-faire*) y saber ser (*savoir-être*) y están consideradas como un enfoque para la educación. Como se indica en el MCERL, el término competencia va un paso más allá de las tres dimensiones expuestas anteriormente y presenta la “capacidad de aprender”, como aquella que se basa en las anteriores y que, además, está “especialmente indicada para el aprendizaje de idiomas” (MCERL, 2002, ídem).

Frente a los posicionamientos didácticos clásicos centrados en el aula y en la actividad del profesor, hoy es importante y necesario entender el desarrollo de competencias con fines claros, socializados, compartidos y asumidos en la institución educativa, que brinden un para qué, que orienten las actividades de aprendizaje, enseñanza y evaluación (Tobón, 2008, pp.2-5). La definición de competencia asumida en la presente investigación involucra tres componentes: el cognitivo, que es el “saber conocer”, el procedimental, que supone “el saber hacer” y el actitudinal-valoral, que implica el “saber ser” y “saber convivir”. (Tobón, 2012, p.15).

Todo este conjunto de saberes, y características personalógicas individuales que permite a una persona realizar acciones en un contexto determinado, es lo que peculiariza a las competencias y la estructura que les resulta inherente, porque por mucho que se valore la importancia de la formación

dirigida a la adquisición de conocimientos técnico-científicos y culturales, está la competencia profesional, que se asocia más a los modos de actuar y actitudes de las personas y, está muy en sincronía con las nuevas necesidades y las nuevas situaciones laborales. Se destacan competencias como: la de resolución de problemas, trabajo en equipo y la de autonomía, entre otras. (Rico, Alcover y Taberner 2010, p.26).

A partir de lo expuesto, se define y se desarrolla el concepto de *competencia comunicativa*, así como se precisa matizar y perfilar sus rasgos más pertinentes, que reflejen su esencia de la manera más objetiva y eficaz, en tanto que comprende un significado, elementos y variantes muy amplios relacionados con los contextos y situaciones de comunicación.

Por lo tanto, la competencia comunicativa requiere no solo la habilidad para manejar una lengua, sino además saber situarse en el contexto comunicativo de una comunidad específica, en sus diversas formaciones sociales, culturales e ideológicas. En este sentido, la adquisición de la competencia está mediada por la experiencia social, las necesidades y motivaciones, y la acción, que es a la vez una fuente renovada de motivaciones, necesidades y experiencias. Presupone saber cuándo hablar, cuándo no, y de qué hablar, con quién, cuándo, dónde y en qué forma, proponiéndose cuatro criterios para describir las formas de comunicación, en tanto si una expresión es: posible, factible, apropiada y se da en la realidad. (Montes, 2012, p.35).

Los argumentos expuestos por el Marco Común Europeo, (Europa, 2001, p.12) demuestran que la competencia comunicativa está compuesta por la competencia *lingüística*, sociolingüística y pragmática. La competencia lingüística se refiere al dominio de los recursos formales de la lengua como sistema y a la capacidad para utilizarlos en la formulación de mensajes bien enunciados y significativos. Incluye los conocimientos y las destrezas léxicas fonológicas, sintácticas y ortográficas, entre otras. Esta implica no solo el manejo teórico de conceptos gramaticales ortográficos o semánticos, sino su aplicación en diversas situaciones (por ejemplo, hacer asociaciones para usar el vocabulario conocido en otro contexto, o aplicar las reglas gramaticales aprendidas en la construcción de nuevos mensajes).

La competencia sociolingüística refiere a producciones y entendimientos adecuados de expresiones lingüísticas en diferentes contextos de uso, con factores variables tales como la situación de los participantes y la relación entre ellos, sus intenciones comunicativas, el evento comunicativo en el que están y las normas y convenciones de interacción que lo regulan.

La competencia pragmática, se relaciona con el uso funcional de los recursos lingüísticos y comprende en primer lugar una competencia discursiva, orientada a organizar las oraciones en secuencias para producir fragmentos textuales. En segundo lugar, implica una competencia funcional

para conocer tanto las formas lingüísticas y sus funciones, como el modo en que se encadenan unas con otras en situaciones comunicativas reales.

También se asumen criterios relacionados con la competencia estratégica, en que se utilizan elementos compensatorios para hacer valer ese uso funcional y la competencia intercultural, como parte de una amplia competencia del hablante de una lengua extranjera, que identifica el desempeño de una persona relacionado con actuar de forma adecuada y flexible al enfrentarse con acciones y expectativas de personas de otras culturas. El alumno debe ser consciente de las variaciones culturales entre su lengua materna y la meta, y saber comportarse en un contexto pluricultural.

La competencia comunicativa no supone una comprensión aislada de las competencias de menor generalidad en ella involucradas, pues implica un saber hacer y actuar de modo flexible, que se actualiza en contextos significativos y que supone el empleo de los saberes acerca de la lengua en diversas situaciones, tanto dentro como fuera de la vida educativa, porque más allá del conocimiento de un código aislado, es importante ofrecer a los educandos, posibilidades reales para comprender e interpretar su realidad.

Varios autores coinciden en que la competencia comunicativa es el resultado de la integración de varias competencias o subcompetencias. Así, el concepto expuesto por Niño (2008, p.5) confirma que la competencia comunicativa supone saber comunicarse en un campo del conocimiento y un saber aplicarlo; saberes que comprenden conocimientos, habilidades, actitudes y valores (precondiciones, criterios, usos, reglas y normas) para los actos comunicativos eficientes en un contexto, según necesidades y propósitos.

Al realizar un análisis de los contextos de actuación de los estudiantes de carreras vinculadas a los negocios (Comercio Exterior, Mercadeo, Administración de Empresas, Gestión Empresarial, Ecoturismo y otras), se constata que no se les prepara de manera pertinente para el manejo específico de una lengua extranjera y en particular la inglesa, en aras de su uso contextualizado en el ámbito profesional. Se requiere, en consecuencia, favorecer sus habilidades sociales, profundizar en el dominio de los aspectos culturales propios de la lengua que se aprende, lo que supone asumir posturas éticas ante los potenciales clientes y socios comerciales; desde la propuesta que sustenta la UNESCO (2013, pp.91-.103), en la cual se señalan como pilares de la educación para el siglo XXI: "Aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a vivir juntos y aprender a ser".

Hoy las carreras vinculadas a los negocios necesitan incorporar en el plan de estudios, contenidos que fortalezcan sus necesidades, donde la competencia comunicativa en inglés de negocios esté presente como un factor estratégico, ya que el mercado global se sigue expandiendo y el modelo económico se sigue globalizando aún más. En consecuencia, se requiere la comunicación ágil en el

idioma del negocio y que la investigación constituya un valor clave en el área de los negocios, ya que, como afirma Elena Giménez, directora de Digital Publishing - DP Iberia:

[...] los idiomas son una herramienta estratégica en las empresas, mucho más en un entorno global como el que nos encontramos. Los idiomas han sido un elemento clásico en los planes de formación, sin embargo, no siempre han sido o son, efectivos. Están dejando de ser un beneficio social para ser un elemento clave y hay un elemento más y es que los profesionales son conscientes que los idiomas aumentan su empleabilidad". (González, 2004).

La competencia comunicativa es una noción que representa un requisito para entablar relaciones no solo saludables, sino también productivas, que en el ámbito de las organizaciones contribuyen a sustentar el clima organizacional y el sentido de pertenencia a las mismas, ya que la efectividad de la comunicación que en ellas se genera está fundamentada en la participación de sus integrantes en el proceso y de sus conocimientos, habilidades y actitudes para entender, procesar, ponderar y valorar la interacción necesaria en las relaciones laborales y profesionales.

El promover la competencia comunicativa en inglés en los centros de educación superior es una tarea impostergable. Para la presente investigación se connotó la importancia del dominio del inglés para los negocios, desde el desarrollo de la competencia linguo-cultural. Para ello hay que partir del entendimiento de la importancia de desarrollar la competencia linguo-cultural hacia los negocios, así como la asignación de tareas de carácter integrador a ejecutar por los docentes (considerados como vía para la recolección de evidencias), que en el contexto de búsqueda como profesionales de negocios internacionales en un país de habla inglesa, pudieran incluir una conversación entre un negociante y un negociador para realizar negocios, a partir de lo cual se discute con los estudiantes los criterios de evaluación que se tendrán en cuenta para la calificación del desempeño comunicativo. (Correa, 2001, pp.16-37).

Se requiere describir los criterios de desempeño que dan cuentas del dominio alcanzado en la competencia, los que pueden involucrar el uso del inglés para: identificar distintos tipos de trabajos (negocios), describir habilidades y experiencia profesional, llenar planillas y documentación necesaria para solicitar un trabajo en el área de los negocios, escribir y discutir currículos (CVs), demostrar tratamiento adecuado de colegas (cortesía y respeto). De igual modo, se necesita clarificar los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales que la competencia involucra, como: las nociones y funciones comunicativas que se necesitan para buscar trabajo, el llenado de una planilla para importar y exportar productos en inglés, escribir y discutir los CVs, el uso de tiempos verbales: el presente simple, el pretérito y el antepresente, etc. En correspondencia con ello, el profesor planifica la secuencia didáctica con sus tres etapas: apertura, desarrollo y cierre. Finalmente se hace una lista

de los medios que se van a usar en la clase y fuera de ella, para intencionar la formación de esa competencia y también para la evaluación de los niveles de logro obtenidos por los estudiantes en relación a dicha competencia, en función de los desempeños esperados.

La Universidad de Cambridge ESOL (2012, p.5) y el Centro de Inglés de Negocios, consideran que el inglés es una herramienta imprescindible para internacionalizar el mercado. Como autores de esta investigación se coincidió en la necesidad de dominar el inglés para acceder al mercado exterior, porque una buena comunicación es la mejor herramienta para impulsar su estrategia de internacionalización. Se consideró que el poseer las herramientas para comunicarse de forma efectiva en inglés, puede marcar la diferencia entre ganar posibilidades de negocio o perderlas.

Para los expertos en formación James y Miller (2013) realizar una aproximación práctica al aprendizaje del inglés es fundamental. La formación debe ser capaz de dotar a los estudiantes del idioma, de las herramientas necesarias para abordar situaciones reales de negociación, en contextos profesionales auténticos.

El desarrollo de una sociedad y su cultura de negociación está definido, entre otros, por: los aspectos geográficos, la historia de las instituciones políticas, el desarrollo económico y la estructura social. Pero también se pueden observar cinco condicionantes primarios: la raza, la lengua, la familia, la religión y la patria. Por ello se precisa que la cultura tiene dos aspectos que trascienden: social y negocios. La cultura se aprende y se comparte y de acuerdo al contexto se perciben las relaciones humanas dentro del marco social y de negocios, porque cada cultura tiene un contexto diferente. (Van Hoofft & Korzzilius, 2001, pp.44-56).

Cuando dos o más personas procedentes de diferentes culturas están en situación de interacción, llevan consigo su bagaje cultural, pero también salen de su propio medio cultural y de negocios y crean una nueva situación y contexto llamada "transactional culture" y que nunca es estática Bolton (1999, p.38), Varner (2000, pp.6-8). Este hecho implica que el decurso, las actitudes y actuaciones de los negociadores y los contenidos mismos de las negociaciones, son difíciles de predecir. Lo que supone que las personas que están llevando a cabo una negociación intercultural deben reconocer su propio criterio para enjuiciar su propia imagen y las de los otros, y ser capaces de ajustar y modificar esos mismos criterios de enjuiciamiento a la luz de nuevas evidencias. La propia imagen y la que se tiene de los otros influye en la forma propia de comportamiento.

Desde un enfoque práctico, algunos elementos que se estudian en la linguocultura son las alusiones, los referentes culturales, los símbolos y otros factores de carácter claramente cultural, que aparecen en el discurso. No obstante, también hay que tener en cuenta otros aspectos del lenguaje que normalmente se integran en el léxico como son la polisemia, la sinonimia, la metáfora y el lenguaje figurado, la fraseología cultural, etc. Un estudio en profundidad de estos fenómenos del lenguaje

evidencia que solo pueden ser comprendidos y explicados íntegramente acudiéndose a sus raíces culturales, es decir, desde una perspectiva linguo-cultural. (Luque, 2014, p.24).

La competencia linguo-cultural en inglés para el ámbito de los negocios basa su fundamento en la cultura como un conjunto de normas adecuadas basadas en actitudes, valores y percepciones, todo ello en el contexto de cualquier sociedad. Es un proceso en búsqueda de contactos económicos, culturales y científicos con países, en relación con el estudio de la interculturalidad, las comunicaciones, la relación de las lenguas y culturas, el estudio de la lengua de la persona. Como es natural, tradicionalmente se abordan cuestiones de la cultura como materiales auxiliares, con una visión más profunda de los fenómenos lingüísticos. (Bolshakova, 2013).

La competencia linguo-cultural en la enseñanza del inglés se sustenta en la semántica, y desde este punto de vista el proceso de aprendizaje del idioma inglés implica no solo estudio tradicional de fonética, gramática y vocabulario, sino también el dominio del inglés a través de sus conceptos básicos. Esto permite a los alumnos adquirir conocimientos étnico culturales interrelacionados acerca de la lengua, la cultura y la historia, lo que resulta en la formación de competencia linguo-cultural, que es un conjunto de capacidades especiales necesarias para utilizar en la práctica (Garaeva, 2014, p.2). Esto significa que un estudiante debe ser capaz de reconocer y conectar un contenido semántico de un símbolo de la lengua con la motivación asociativa de elección de una palabra (Zimnaya, 2003, pp.34-42).

Se espera que el egresado se desempeñe profesional o académicamente, en el trabajo por cuenta propia o al servicio de una empresa, siendo capaz de reconocer y valorar el contexto, la diversidad cultural, los derechos individuales y colectivos, así como entender los grandes problemas contemporáneos. Dicho contexto puede ser de dos tipos: el entorno inmediato, local, y el contexto nacional e internacional. (Barrie, 2006, pp.215-241).

Conclusiones

La competencia linguo-cultural no solo concibe unidades lingüísticas de interacción de idiomas, sino la forma de vida de las sociedades que interactúan, así el componente cultura es caracterizado por el nivel de competencia intercultural: Importantes eventos de países extranjeros, feriados nacionales, tradiciones y costumbres, realidad cultural, características psicológicas y comportamentales de nativos, políticas de negocios proverbios, dichos, entre otros.

La enseñanza de idiomas y en particular el inglés en la educación superior es sin duda, una inversión que impacta directa y profundamente sobre las oportunidades en el exterior y la capacidad de importar conocimientos y oportunidades al entorno local. Surge de las necesidades académicas y profesionales de los estudiantes, y de la enseñanza-aprendizaje del IFE.

El trabajo connota la importancia del IFE para estudiantes de las carreras del perfil de los negocios internacionales y su incidencia en el desarrollo de una competencia comunicativa integral, como componente de la cual debe destacarse la linguo-cultural en inglés y el imperativo de su formación en estudiantes del área de negocios, con el fin de optimizar su modo de actuar en contextos profesionales.

Bibliografía

- Abdallah-Pretceille, M. (december, 2006). Interculturalism as a paradigm for thinking about diversity. *Intercultural Educacion*, 17, (5), pp.475-483. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/14675980601065764>
- Alcaráz Varó, E. (2000). El inglés profesional y académico. En *Universitario. Serie. Filología y Lingüística* (pp. 317-319). Madrid: Alianza.
- Álvarez Borge, S. (2003). *Los neologismos en la traducción científico técnica*. Madrid: Servicio de Traducción del Centro de Información y Documentación del CSIC. Recuperado de http://cvc.cervantes.es/lengua/esletra/pdf/01/012_alvarez.pdf
- Batista, J.; Alburguez, M.; y León, M. (septiembre-diciembre de 2007). Estudio diagnóstico sobre la enseñanza del inglés técnico en Ingeniería. *Laurus*, (13), 25, pp. 146-173. recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/761/76111479007.pdf>
- Benesch, S. (2008). *Critical English for academic purposes: Theory, politics, and practice*. UK: Taylor & Francis e-Library.
- Biggs, J. (2005). *Calidad del aprendizaje universitario*. Madrid: Narcea Ediciones S. A.
- Bolshakova, G. (2013). *Developing cultural and motivational components of the linguo cultural competence*. Севастополь: Серия: Педагогика.
- Bolten, J. (1999). *La negociación Intercultural: Un ejercicio práctico. Intercultural negotiation training*. Deutschland: Sterenfels: Wissenschaft un Praxis.
- Correa, J. (2001). Asedios a una pragmática de la cognición y el lenguaje. En Bernal León Gómez, J. *Lenguaje y Cognición*. pp.16-37. Bogotá: Instituto Caro y Cuervo. Universidad de Salamanca.
- Díaz, M. de M. (2006). *Modalidades de enseñanza centradas en el desarrollo de competencias*. Oviedo: Ediciones Universidad de Oviedo.
- ESOL. (2012). *El inglés en el mundo de los negocios*. Cambridge: Cambridge ESOL.
- Europa, C. D. (2001). *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid- Instituto Cervantes: Anaya.
- Ewer, J. y Latorre, G. (1967) Preparing an English Course for Students of Science. *English Language Teaching*. 21 (3), pp. 221-229.
- Garaeva, A. (7 de octubre de 2014). The development of linguocultural competence of students in teaching the history of the English language. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, pp.1012-1018. doi:10.1016/j.sbspro.2014.09.359
- García S. (2013) *Análisis y evaluación de cursos de inglés de los negocios a distancia asistidos por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. (Tesis doctoral). España: Universidad de Alcalá. Departamento de Filología Moderna.

- González N. (marzo de 2004) Lugares de reflexión en la formación del profesor de E/LE (La particular situación de Brasil) *Redele*, (0), pp.1-10. Recuperado de http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/Material-RedEle/Revista/2004_00/2004_redELE_0_13Gonzalez.pdf?documentId=0901e72b80e0c9b5
- Hutchinson Tom and Alan Waters (1987) *English for specific purposes: A learning-centered approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Inyoung, S. (september 2008). Necessary Skills in English for Korean Postgraduate Engineering Students in London. Educate~Special London Issue. *Educate Journal*. 8, (2), pp. 50-61. Recuperado de <http://www.educatejournal.org/index.php/educate/article/viewFile/176/169>
- James H. y Miller C. (2013) Innovación, Creatividad y Excelencia en la enseñanza del inglés. Ponencia de Cambridge ESOL. En González, I. (pres.) *III Congreso Bilingüismo de Escuelas Católicas de Madrid*. p.5
- Luque, J. D. (2014). *Lengua y Cultura*. Granada: Universidad de Granada.
- Instituto Cervantes. (2002) *Marco Común de Referencia Europeo para las Lenguas: Aprendizaje, enseñanza, evaluación*. (trad.) España: Servicio de Publicaciones del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Montero, A. (2009). Competencias educativas, diseño y desarrollo del currículo. *Organización y Gestión Educativa*, 17, (2), pp. 28-32.
- Montes, M. I. (2012). *El desarrollo de la competencia sociocultural en el aula de inglés*. (Tesis doctoral). Universidad Internacional de la Rioja, Madrid.
- Niño Rojas, V. M. (2008). *Competencias en la comunicación. Hacia las prácticas del discurso*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Selinker, L. y Trimble, L. (1978). History of English for academic purposes. Formal written communication and ESL. *Journal of Technical Writing and Communication*. (15), pp. 37 -52
- Spencer, L. M. (1993). *Competence at work. Models for superior performance*. New York: Wiley and Sons.
- Swales, J. G. (1990). *Analysis: English in academic and research settings*. UK: Cambridge University Press.
- Rico, R., Alcover de la Hera, C. M., y Taberner, C. (2010) Efectividad de los Equipos de Trabajo, una Revisión de la Última Década de investigación. (1999-2009) *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 2, (1), pp. 47-71. doi: 10.5093/tr2010v26n1a4
- Tobón, S. (2008). *Formación basada en competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Tobón, S. (2012). *Formación integral y competencias*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- UNESCO. (2005). *Educación y multiculturalismo. Principales aspectos e interrelaciones. Los cuatro pilares de la educación*. París: UNESCO.
- UNESCO. (2013). *Revisiting Learning: The treasure within – assessing the impact of the 1996*. París: UNESCO.
- Van Hooff, A. & H. Korzilius (2001). *La negociación intercultural: un punto de encuentro. La relación del so de la lengua y los valores culturales*. Netherlands: Bordoy, M. Van Hooff A. : Sequeros, A. (eds.).
- Varner, I. I. (july 2000). The theoretical Foundation for Intercultural Business Communication: A Conceptual Model. *Journal of Business Communication*, 37, (1), pp.39-57.

Waters, H. T. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach*. UK: Cambridge University Press.

Zimmaya, I. A. (2003). Key Competences – New Paradigm of Educational Result. *The Higher Education Today*, (5), pp.34-42.

ABOUT THE AUTHORS/SOBRE LOS AUTORES

Lic. Maritza Sandra Pibaque-Pionce (ml_aritza@hotmail.com). Licenciada en Ciencias de la Educación, Especialidad Inglés. Diplomado en Autoevaluación y Acreditación Universitaria. Máster en Docencia Universitaria e Investigación Educativa y en Enseñanza del Idioma Inglés. Doctora en Ciencias de la Educación, Especialidad Pedagogía. Se forma para obtener el grado científico de Doctor en Ciencias Pedagógicas, conjuntamente con la Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz, de Cuba. Profesora de pregrado y postgrado, Jefe del Centro de Idiomas de la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM). Los Ángeles Km 1 ½ Vía Noboa. Teléfono: 2600229. Reside en: Jipijapa, calle Alejo Lascano y 9 de Octubre. Manabí, Ecuador. Línea investigativa: Enseñanza aprendizaje del Inglés con Fines Específicos.

Dr. C. Ned Vito Quevedo-Arnaiz. (nedquevedo@yahoo.com). Licenciado en Educación, Especialidad Lengua Inglesa. Máster en Teoría y Práctica del Inglés Contemporáneo y Doctor en Ciencias Pedagógicas. Profesor Titular, Asesor principal. Profesor de Inglés en la carrera de Derecho y asesor de investigaciones de la Universidad Regional Autónoma de los Andes (UNIANDES). Campus Universitario en Santo Domingo, Avenida La Lorena Km 2 1/2 y Cayapas, teléfonos: 0233794000 y 0233794027. Reside en: Avenida La Lorena, s/n, entre O y Rómulo Betancourt, Santo Domingo, Ecuador. Línea investigativa: Enseñanza aprendizaje del inglés y desarrollo de competencias.

Dr. C. Silvia Colunga-Santos. (silvia.colunga@reduc.edu.cu). Licenciada en Psicología. Máster en Trabajo Social. Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora Titular. Profesora del Centro de Estudios de Ciencias de la Educación (CECEDUC) de la Universidad de Camagüey Ignacio Agramonte Loynaz. Teléfono: 32-264466. Carretera Circunvalación Norte, km 5 1/2. Reside en: Tomás Betancourt 405 e/ Avenida de los Mártires y Capdevila. La Vigía. Camagüey, Cuba. Teléfono fijo: 32-282354. Línea investigativa: Motivación, aprendizaje y formación de competencias socioemocionales en contextos educativos.

Fecha de recepción: 15 de junio de 2015

Fecha de aprobación: 11 de octubre de 2015

Fecha de publicación: 10 de enero de 2016