

El impacto del idioma inglés en el comercio internacional

The impact of the English language on international trade

Adolfo A. Rivera Carazas¹, Kevin M. Laura De La Cruz², Jehovanni F. Velarde Molina³

¹Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna, Perú.

E-mail: ariverac@unjbg.edu.pe

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0001-7939-6869>

²Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna, Perú, Universidad San Martín de Porres.

E-mail: kaurac@unjbg.edu.pe

kaurad@usmp.pe

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-7083-1825>

³Instituto John Von Neumann, Tacna, Perú.

E-mail: jvelarde@neumann.edu.pe

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-4382-1736>

Recepción: 17/11/2020. Aceptación: 10/01/2021. Publicación: 30/01/2021

RESUMEN

El presente artículo pretende determinar la influencia del idioma inglés en los negocios internacionales mediante la interpretación de resultados obtenidos a partir del análisis de datos macroeconómicos del Banco Mundial y el EPI en el año 2019, para 190 economías mundiales. Se trabajó una investigación explicativa, a través del análisis de conglomerados y análisis factorial para cuatro variables; Apertura de un negocio (APN), Comercio transfronterizo (CT), nivel de inglés (English level) y Gasto corriente en educación, % del gasto total en instituciones públicas (GCEP). Cabe señalar que se tuvo que asignar valores a las variables previo al análisis, para trabajar así con variables categóricas. Por los resultados obtenidos se puede afirmar que, el idioma inglés es trascendental para incursionar en el comercio internacional, y generar desarrollo económico en el proceso; asimismo, el idioma inglés como asignatura debe valorarse aún más y debe generarse una adecuada inversión en educación pública para que los estudiantes y futuros ciudadanos tengan las herramientas necesarias para

socializar a nivel internacional y generar como producto de ello, negocios que impulsen la economía de su país.

PALABRAS CLAVE: nivel de inglés, inversión en educación pública, comercio transfronterizo, apertura de un negocio.

ABSTRACT

This article aims to determine the influence of the English language in international business by interpreting the results obtained from the analysis of macroeconomic data from the World Bank and the EPI in 2019, for 190 world economies. An exploratory investigation was carried out, through the analysis of conglomerates and factorial analysis for four variables; starting a business (APN), trading across borders (CT), level of english (English level) and current education expenditure, total % of total expenditure in public institutions (GCEP). It should be noted that values had to be assigned to the variables prior to the analysis, in order to work with categorical variables. Based on the results obtained, it can be affirmed that the English language is essential for international

trade, and to generate economic development in the process; likewise, as a subject, the English language must be valued even more in the schools, and an adequate investment in public education must be generated so that students and future citizens have the necessary tools to socialize at an international level and to generate as a result, businesses that boost the economy of their country.

KEYWORDS: level of English, investment in public education, trading across borders, starting a business.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, se han adoptado miles de palabras de todo el mundo en el vocabulario en inglés. La evolución del inglés hablado comenzó a partir del siglo V, con oleadas de ataque y eventual ocupación por parte de los anglos, sajones, yute y frisones; en ese momento los habitantes de Gran Bretaña hablaban una lengua celta (Potter, 2020). Estos invasores hablaban la misma lengua germánica occidental, pero con diferentes dialectos. Su mezcla creó un nuevo idioma germánico; ahora se

conoce como anglosajón o inglés antiguo.

Durante el siglo octavo, noveno y décimo, los vikingos saquearon y se asentaron, ofreciéndoles otra versión del mismo idioma germánico, ahora conocido como nórdico antiguo. La amalgamación en inglés y vikingo se convertiría en el segundo paso para establecer un inglés hablado y la base para los diferentes dialectos del inglés de hoy.

Aunque el inglés se hablaba ampliamente en las Islas Británicas en el año 1000 D.C., la invasión normanda estableció el francés como el idioma de la realeza y el poder. El inglés antiguo se dejó a los campesinos y, a pesar de su estatus menos glamoroso, continuó desarrollándose y creciendo adoptando una gran cantidad de palabras latinas y francesas. Al adoptar y adaptar las palabras en francés, el idioma inglés también se volvió más sofisticado mediante la inclusión de conceptos y palabras como "libertad" y "justicia" (T&S, 2016).

Y es que el comercio internacional está en constante evolución y crecimiento, siendo el idioma inglés un

medio para su desarrollo y dinamismo, ya que permite mayor comunicación en las coordinaciones del comercio en el mundo.

En el siglo XIV-XV, después de la Guerra de los Cien Años con Francia que terminó con el dominio francés de las Islas Británicas, el inglés se convirtió nuevamente en el idioma del poder y la influencia. Obtuvo un nuevo impulso a través del desarrollo de la literatura y la cultura inglesa, encabezado por William Shakespeare.

A partir del siglo XVI, los británicos tuvieron contacto con muchos pueblos de todo el mundo. Esto, y el Renacimiento del aprendizaje clásico, significaron que muchas palabras y frases nuevas ingresaron al idioma. La invención de la impresión también significaba que habría un lenguaje común en la impresión. Los libros se volvieron más baratos y más personas aprendieron a leer. La impresión también trajo la estandarización al inglés. La ortografía y la gramática se volvieron fijas, y el dialecto de Londres, donde estaban la mayoría de las editoriales, se convirtió en el estándar. En 1604 se publicó el primer diccionario de inglés (Greelane, 2019).

El inglés moderno tardío tiene muchas más palabras, que surgen de dos factores principales, en primer lugar, la revolución industrial y la tecnología crearon la necesidad de nuevas palabras; en segundo lugar, el mundo de habla inglesa estaba en el centro de un gran progreso científico, los avances científicos iban de la mano con la evolución del idioma.

Alrededor de 1600, la colonización inglesa de América del Norte resultó en la creación de una variedad distintiva de inglés estadounidense. Algunas pronunciaciones y palabras en inglés se desfasaron cuando llegaron a América. De alguna manera, el inglés americano se parece más al inglés de Shakespeare que al inglés británico moderno. Algunas expresiones que los británicos llaman "americanismos" son, de hecho, expresiones británicas originales que se conservaron en las colonias mientras se perdían por un tiempo en Gran Bretaña (Greelane, 2019).

El español también influyó en el inglés americano y posteriormente en inglés británico, con palabras como cañón, rancho, estampida y vigilante que son ejemplos de palabras españolas que

ingresaron en inglés a través del asentamiento del oeste americano. Las palabras francesas a través del estado de Louisiana y las palabras de África occidental a través del comercio de esclavos, también influyeron en el inglés americano; y, en cierta medida, el inglés británico. Hoy en día, el inglés americano es particularmente influyente, debido al dominio del cine, la televisión, la música popular, el comercio y la tecnología de los Estados Unidos, incluido internet. Pero hay muchas otras variedades de inglés en todo el mundo, incluyendo, por ejemplo, inglés australiano, inglés neozelandés, inglés canadiense, inglés sudafricano, inglés indio e inglés caribeño. Lo más sorprendente del inglés es que todavía está evolucionando.

Desde el desarrollo de dialectos y jerga locales en países tan distantes como Estados Unidos, Sudáfrica y Nueva Zelanda, y en ciudades tan diferentes como Nueva York, Oxford y Singapur, hasta la incorporación de vocabulario tecnológico al inglés cotidiano. El inglés está en constante cambio. El vocabulario solo está aumentando a un ritmo de aproximadamente 1,000 palabras nuevas y aprobadas por año; y estas son solo las

palabras que se consideran lo suficientemente importantes como para agregarlas a la versión en línea (Superprof, 2018).

Este aumento dramático en nuevas palabras se debe en gran parte a la tecnología y a la forma en que las personas acuñan espontáneamente nuevas palabras en sus transmisiones de correo electrónico y texto que se propagan de manera rápida y eficiente a través de las redes sociales. Un gran porcentaje de las palabras nuevas son palabras comunes, también llamadas palabras combinadas, una palabra que combina el significado de dos palabras distintas (goFLUENT, 2017).

Los negocios internacionales a través del inglés

Incluso las corporaciones con sede en países extranjeros, están exigiendo la comunicación en inglés para sus empleados. Adoptar una política global de idiomas no es fácil, y las empresas se deslizan regularmente en el camino. Es esencial que se enfrente a una especie de lucha de los empleados. Muchos

pueden sentirse en desventaja si su inglés no es tan bueno como el de los demás, la dinámica del equipo y el rendimiento pueden sufrir, y la arrogancia nacional puede interferir (Borzykowski, 2017).

Para sobrevivir y tener éxito en una economía global, las empresas deben superar las barreras del idioma, y el inglés casi siempre será el terreno común para los negocios de hoy en día. El idioma inglés es el idioma de difusión más rápida en la historia de la humanidad, y es hablado en un nivel útil por unos 1 132 millones de personas en la actualidad (Teixeira, 2020).

El inglés es el idioma oficial de los negocios, sin importar dónde se encuentren las empresas. No hay duda de que es necesario coordinar tareas y trabajar con clientes y socios en todo el mundo. Los sectores internacionales usan el inglés, y los sectores locales no. Si alguien trabaja en viajes y turismo, en una empresa de consultoría internacional o en telecomunicaciones, hay muchas posibilidades de que hable inglés. Los negocios son más globales que nunca, especialmente a medida que más partes del mundo se conectan a Internet. Más

de la mitad de todo el contenido web está en inglés (Statista, 2017).

Pero el inglés no solo conecta a las personas en las redes sociales y la educación, es un agente de negocios global. De los muchos idiomas que se han hablado alguna vez, solo unos pocos han logrado alcanzar la prominencia mundial; y esto lo podemos apreciar a través de empresas multinacionales quienes son hablantes de inglés, no nativos; que se adaptan al mercado mundial y aprendieron a usar el idioma inglés para alcanzar objetivos amplios. Las grandes compañías globales, han ordenado el inglés como idioma corporativo, ya que su política es hacer un negocio global, como la empresa de automóviles Volkswagen (Superprof, 2017) y Honda (Borzykowski, 2017).

Independientemente del idioma que se hable con mayor comodidad o del idioma de origen, no se puede negar que la mayoría de las comunicaciones comerciales en la actualidad tienen lugar en inglés. Reconocido con frecuencia como el idioma de los intercambios y transacciones comerciales, debido a que las exportaciones se efectúan con la divisa del dólar y en base a los

INCOTERMS ó términos de comercio internacional. El uso contemporáneo generalizado del idioma inglés ha sido influenciado en gran medida por la globalización; los intercambios comerciales que tienen lugar más fácilmente en lugares geográficamente distantes han impulsado las economías de muchos países y han reforzado la importancia y uso del idioma inglés. El excelente uso del idioma inglés permite a un profesional comunicarse con clientes internacionales de manera más cómoda y significativa. Aunque siempre es posible aprender palabras y frases clave que promueven las relaciones comerciales y las transacciones, la práctica ciertamente mejora cuando se lleva a cabo un programa certificado para aprender inglés comercial. Además, es común que una persona adquiera confianza y mayor habilidad al estudiar inglés a través de un proveedor certificado y un curso que esté alineado con la naturaleza de su negocio y sus necesidades comerciales específicas (Muñoz, 2015).

Se necesita inglés comercial para una variedad de tareas y comunicaciones comerciales. La comunicación por correo electrónico es cada vez más común y,

posiblemente, la forma más importante en que se intercambia información comercial; por lo tanto, es importante que un curso de idiomas de negocios eficaz incluya contenido dedicado en relación con la composición e interpretación de correos electrónicos. Los diferentes tipos de cartas comerciales también son un componente clave, con este conocimiento, una persona puede seleccionar el estilo de comunicación más apropiado para una ocasión particular.

Por supuesto, la capacitación en inglés para mejorar las oportunidades comerciales también equipará a los estudiantes con una sólida comprensión y apreciación del lenguaje formal e informal y una expresión correcta. Del mismo modo, la gramática correcta es de vital importancia al preparar y proporcionar comunicación empresarial (Universia, 2013).

Curiosamente, el inglés de negocios abarca la comunicación escrita, así como la conversación social y la etiqueta al conversar, especialmente por teléfono. Si bien algunas personas que aprenden inglés pueden sentirse conscientes de su acento, de manera

tranquilizadora, un acento no es tan significativo e importante como el uso de un lenguaje fluido y correcto. Cuando una persona puede hablar inglés con fluidez con fines comerciales, las comunicaciones escritas también suelen mejorar (EAE, 2018).

Un vocabulario comercial apropiado y relevante es definitivamente importante, como lo es el uso seguro y preciso del idioma inglés para mejorar las oportunidades comerciales. Cuando un individuo tiene una sólida comprensión del idioma inglés y es capaz de realizar todo tipo de tareas e intercambios comerciales utilizando el idioma inglés, es razonable y se espera que las oportunidades comerciales disponibles para ellos mejoren simultáneamente.

El inglés se ha convertido en un idioma colaborativo, especialmente en el mundo de los negocios. Si se tiene un equipo global, lo más probable es que se necesiten reunir y hablar inglés. Depende de lo que haga la compañía, pero si se tiene miembros de diferentes países que necesiten colaborar, ya sea para integrar plataformas tecnológicas o atender a clientes de todo el mundo; será más importante que incluso los gerentes

intermedios y los empleados con tareas internacionales necesitan un lenguaje común para interactuar con otros (Cobo, 2020). Por lo antes expuesto, el inglés facilita la economía de la innovación porque permite que individuos y empresas de todo el mundo se comuniquen y, por lo tanto, colaboren hacia una visión u objetivo común.

Ahora bien, el comercio internacional, se genera a través de los INCOTERMS y como su nombre lo dice, los Términos Internacionales de Comercio Exterior regulan las obligaciones del importador y el exportador así como las condiciones de entrega de las mercancías en el comercio mundial (ICC, 2020), por lo tanto, el idioma inglés está enraizado en las actividades económicas en todo el planeta, y por ende, es fundamental su aprendizaje.

El idioma inglés y la educación pública

Las personas de países cuya habla nativa no es inglesa, a menudo escogen este idioma como segunda lengua por las grandes oportunidades que ofrece, como por ejemplo en trabajo,

comercio, así como otras socioculturales (Melitz, 2018). El idioma inglés, como cualquier otra disciplina, es más sencillo aprender desde los primeros años de estudio en el colegio; hoy en día, gran parte de los colegios a nivel mundial incluyen en su malla curricular la asignatura de inglés, ya que es necesario que la población comience temprano a aprender herramientas que le servirán a futuro para su desarrollo profesional y puedan tener aptitudes para realizarlo, es decir, los estados reconocen que es necesario llevar como asignatura el idioma inglés en primaria y secundaria.

No obstante, el Banco mundial (2019), de igual manera indica en su informe sobre el desarrollo mundial, que alrededor del mundo existen más 260 millones de niños y jóvenes que no reciben educación; y casi el 60 % de niños en escuela primaria de países en desarrollo no tienen un nivel de competencia mínimo en el aprendizaje, lo que implicaría que el nivel de inglés alcanzado en las instituciones de educación pública, es bajo o muy bajo para cuando el estudiante termina la secundaria; esto debido, al bajo presupuesto que tienen las escuelas

públicas, y por lo tanto a la baja inversión en educación pública a nivel del estado; es entonces que nos damos cuenta que es latente la relación que existe entre las economías de bajos ingresos y su reducido presupuesto para la educación pública, lo que lleva un nivel de enseñanza bajo o carente de nuevos métodos y/o tecnologías de implementación para el aprendizaje de las asignaturas, y por tanto el idioma inglés como una de ellas; esto, sin entrar a tallar en el bajo sueldo de los docentes, lo cual es también un claro atenuante.

MATERIAL Y MÉTODO

Si se desea saber cómo el aprendizaje del inglés está relacionado al desarrollo comercial, primero se debe trabajar con un contexto que considere variables macroeconómicas. Anteriormente, se sentaron las bases de que el inglés como idioma facilita y está presente en las negociaciones internacionales, y que hoy por hoy, más y más empresas hacen que su personal aprenda este idioma para poder trascender en el mercado mundial; así

mismo, la inversión en la educación pública es relevante para el fortalecimiento de la enseñanza del inglés como segunda lengua; ya que lo que se aprende en la escuela sirve como base para el aprendizaje futuro durante la vida de cualquier individuo.

Por consiguiente, el Banco Mundial anualmente publica su informe “Doing Business”, donde se muestra la clasificación de las economías mundiales, proporcionando una medición objetiva de las regulaciones para hacer negocios y su aplicación en 190 economías. El proyecto Doing Business nos dice como son clasificadas las economías mundiales entre el puesto 1 y 190 según los indicadores del ranking económico del Banco Mundial. Una clasificación más alta, es decir, más próxima al uno (1), denota mayor facilidad para hacer negocios, donde el entorno regulatorio es más propicio para el inicio y el funcionamiento de una empresa local (Banco Mundial, 2020). No obstante, y para fines del presente estudio de investigación, se trabajó solamente con 2 de los 10 indicadores que componen el Doing Business; estos dos indicadores, “Apertura de un negocio” y “Comercio transfronterizo”,

están estrechamente relacionados al comercio internacional. Respecto a la inversión en educación pública, también se obtuvo la información necesaria del banco de datos estadísticos del Banco Mundial para las 190 economías suscritas a dicha entidad. Esta tercera variable se denomina “Gasto corriente en educación, % del gasto total en instituciones públicas”. (Banco Mundial, 2020)

Finalmente, la cuarta y última variable se obtuvo del “EF English Proficiency Index”, un índice que clasifica los países por el nivel promedio de habilidades del idioma inglés. Esta clasificación es realizada por la empresa Education First (EF), que se dedica a la educación internacional especializada en capacitación en idiomas, viajes educativos, programas de grado académico e intercambio cultural. La empresa, propiedad privada de la familia Hult, fue fundada en 1965 en la ciudad universitaria sueca de Lund. Así mismo, cabe señalar que, para ser incluido en el estudio de esta empresa, un país debe tener al menos 400 examinados (EF, 2020). Sin embargo, la clasificación que realiza EF, solo abarca 100 economías, por tanto, las 90 economías restantes

fueron calificadas con la puntuación más baja; exceptuando a los países de ultramar que el gobierno del Reino Unido clasifica como mayoritariamente angloparlantes o con nivel de inglés nativo; quienes recibieron la mayor calificación (The University of Sheffield, 2020).

Toda la data recopilada es actual, obtenida de los últimos reportes en cada fuente del año 2019, y ya que el presente año 2020, aún está en curso, se trabajará

con la información actualizada hasta el año pasado. Sentadas estas bases, es oportuno aclarar que nuestro banco de datos, posee variables con unidades de medida diferentes; por ejemplo, los indicadores del Doing Business, tienen puntuaciones ordinales de 1 al 190; luego, la variable de Gasto público en educación y el nivel de inglés por país, ambas son variables de cadena. Por consiguiente, se utilizó la escala de Likert (Llauradó, 2014) para poder viabilizar el análisis.

Tabla 1: Variables y escala de Likert.

Nº	Variables	Escala Likert				
		1	2	3	4	5
1	Apertura de un negocio (APN)	1	2	3	4	5
		1-38	39-76	77-114	115-152	153-190
2	Comercio transfronterizo (CT)	1	2	3	4	5
		1-38	39-76	77-114	115-152	153-190
3	Nivel de inglés (English Level)	1	2	3	4	5
		Native and Very High	High	Moderate	Low	Very Low
4	Gasto corriente en educación, % del gasto total en instituciones públicas (GCEP)	1	2	3	4	
		Alto	Mediano Alto	Mediano Bajo	Bajo	

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede ver en la tabla anterior, para las variables 1 y 2, los valores oscilan entre el 1 al 5; dividiendo así las puntuaciones obtenidas en el ranking económico del Doing Business para esos dos indicadores; teniendo así 5 grupos con 38 países cada uno. Respecto a la tercera variable, también se tienen valores que oscilan entre el 1 al 5, en relación al nivel de inglés en cada país; siendo el valor 1 el más alto, para aquellos países con lengua nativa y un muy alto nivel del idioma, mientras que el valor 5, denota un nivel de inglés muy bajo. Finalmente, la cuarta variable tiene valores que oscilan entre el 1 al 4, siendo 1 lo más alto y 4 lo más bajo, conforme al gasto en educación pública por país.

Por lo antes expuesto; se decidió realizar un análisis de conglomerados (cluster), con el objetivo de definir la estructura de la data, colocando las observaciones más parecidas en grupos. La solución cluster depende totalmente de las variables empleadas como base para la medida de similitud. En este tipo de análisis, las variables que se consideran importantes para la investigación, pueden tener un impacto fundamental sobre la solución resultante, por lo tanto, es necesario evaluar y

explicar el impacto de cada decisión implicada en el desarrollo del mismo. El concepto del valor teórico del análisis de conglomerados, es el grupo de variables que representan las características empleadas para comparar objetos de dicho análisis; siendo trascendental, la definición que se dé al valor teórico con respecto al análisis de conglomerados. (Pedroza & Dicovsky, 2006)

Respecto al método de análisis de conglomerados, se trabajó con el método jerárquico, ya que el mismo genera grupos en cada una de las fases del proceso buscando al mismo tiempo el número de clusters con la máxima homogeneidad entre las variables, así como la mayor diferencia, a través de una estructura jerarquizada. El método jerárquico es capaz de fijar por si solo el número de clusters, por lo tanto, se pueden utilizar de forma exploratoria. (Vilà-Baños, Rubio-Hurtado, Berlanga-Silvente, & TorradoFonseca, 2014)

RESULTADOS

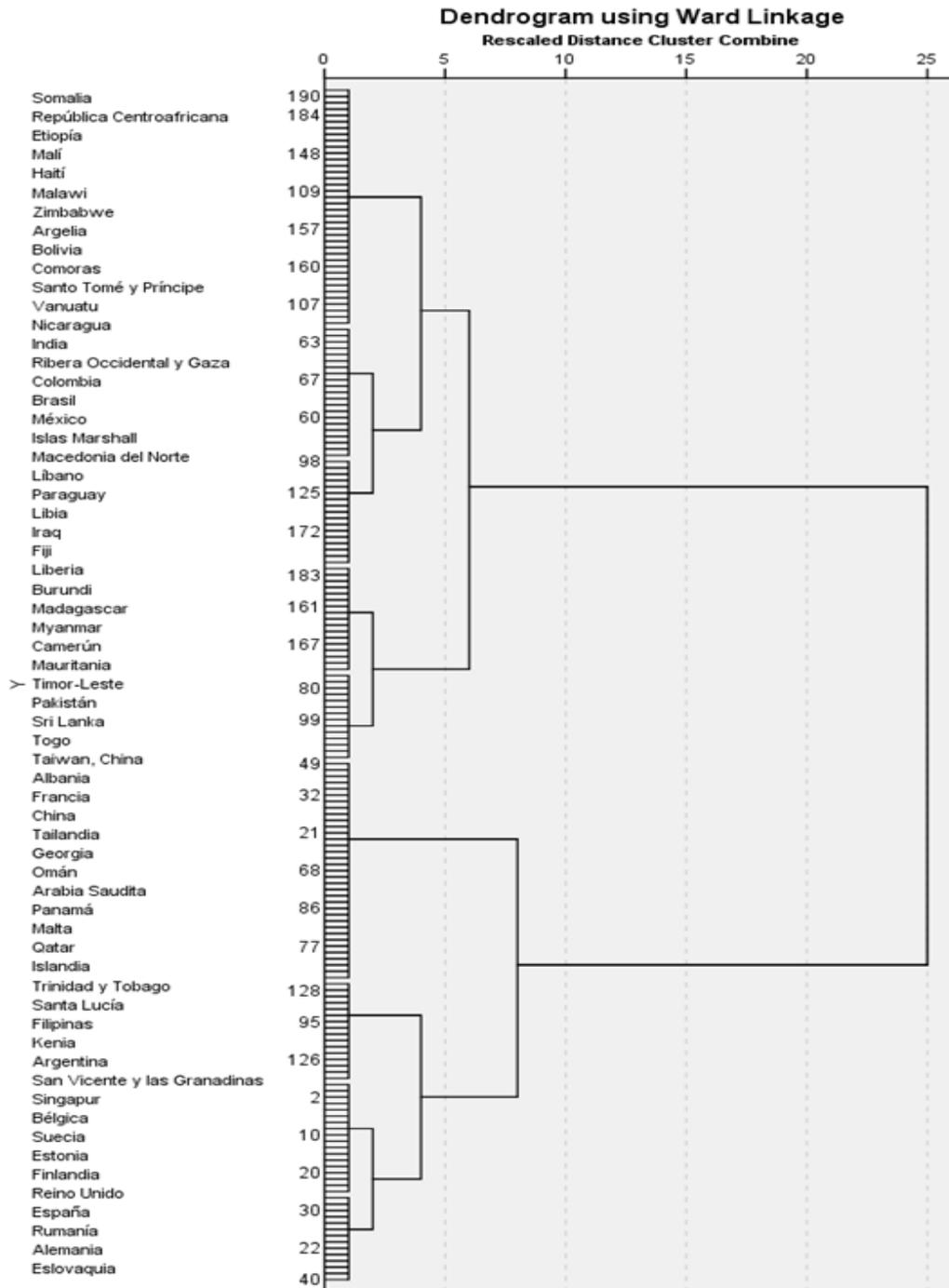


Figura 1: Dendrograma que utiliza una vinculación de Ward
Fuente: SPSS

Es importante aclarar que para ejecutar el análisis de conglomerados en

el programa estadístico SPSS, se utilizó el método de Ward que busca minimizar

la varianza dentro de cada grupo; para tal fin, primero se calculó la media de todas las variables en cada conglomerado. Este procedimiento crea grupos homogéneos y con tamaños similares. Entonces, al correr el análisis de conglomerado jerárquico, nos enfocamos primero en el dendograma, en donde la lectura se realiza de izquierda a derecha; donde la línea vertical respecto a la regla situada en la parte superior, muestra la distancia en donde se realiza la unión de los grupos; por ello, cuanto más a la derecha se produzca una agrupación, habrá

mayor diferencia entre los casos. Teniendo en cuenta que las distancias pequeñas denotan conglomerados homogéneos, es propicio para el proceso de unión cuando las líneas horizontales sean muy largas (De la Fuente, 2011). Con respecto a lo anterior, se hizo un corte del proceso en la distancia 5, obteniendo así 4 conglomerados o clusters

DISCUSIÓN

Tabla 2: Número de países por conglomerado

Número de países por conglomerado					
Conglomerado 1 (48 países)	Conglomerado 2 (35 países)	Conglomerado 3 (31 países)	Conglomerado 4 (76 países)		
Alemania	Polonia	Albania	Angola	Kiribati	Venezuela
Antigua y Barbuda	Portugal	Arabia Saudita	Argelia	Kuwait	Viet Nam
Argentina	Reino Unido	Armenia	Bhután	Libano	Yemen
Australia	República Checa	Azerbaiyán	Burkina Faso	Libia	Yibuti
Austria	Rumanía	Bahrein	Burundi	Macedonia del Norte	Zambia
Bahamas	San Vicente y las Granadinas	Belarús	Camerún	Botswana	Zimbabue
Barbados	Santa Lucía	Brunei Darussalam	RD del Congo	Brasil	
Belgica	Serbia	Chile	Costa de Marfil	Cabo Verde	
Belice	Singapur	China	Egipto	Cambodia	
Bulgaria	Sudáfrica	Chipre	Islas Salomón	Chad	
Canadá	Suecia	Corea del Sur	Kirguistán	Colombia	
Croacia	Suiza	Emiratos Arabes Unidos	Lesoto	Comoras	
Dinamarca	Trinidad y Tobago	Eslovenia	Liberia	República del Congo	
Dominica		Francia	Madagascar	Costa Rica	
Eslovaquia		Georgia	Marruecos	Ecuador	
España		Hong Kong RAE, China	Mauritania	El Salvador	
Estados Unidos		Islandia	Mongolia	Eritrea	
Estonia		Israel	Myanmar	Eswatini	
Filipinas		Japón	Niger	Etiopía	
Finlandia		Kazajistán	Pakistán	Fiji	
Granada		Kosovo	Ruanda	Gabón	
Grecia		Letonia	Senegal	Gambia	
Guyana		Malta	Sierra Leona	Ghana	
Hungría		Mauricio	Sri Lanka	Guatemala	
Irlanda		Moldavia	Taiwan, China	Guinea	
Italia		Omán	Tayikistán	Guinea Ecuatorial	
Jamaica		Panamá	Timor-Leste	Guinea-Bissau	
Kenia		Puerto Rico	Togo	Haiti	
Lituania		Qatar	Túnez	Honduras	
Luxemburgo		Rusia	Ucrania	India	
Malasia		San Cristóbal y Nieves	Uzbekistán	Indonesia	
Nigeria		San Marino		Irán	
Noruega		Tailandia		Iraq	
Nueva Zelanda		Tonga		Islas Marshall	
Países Bajos		Uruguay		Jordania	

Fuente: Elaboración propia

Una vez definido el número de clusters, se volvió a correr el análisis de conglomerados, pero esta vez utilizando como solución única 4 clusters; lo que permitió saber qué casos pertenecen a cada cluster. Posteriormente, se necesitó generar datos que ayudaran a identificar cuáles son las características en común de cada cluster; aplicando así la comparación de medias en el SPSS, utilizando el método de Ward en la lista de independientes; enfocándonos en la tabla “informe (report)” en donde podemos apreciar los promedios para cada cluster en cada una de las variables.

Es en este punto, donde recordamos la asignación de valores que se dio a cada variable según la escala de Likert, es así que la variable GCEP nos muestra que los clusters 1 y 2 tiene un promedio cercano a 1, lo que denota que existe una alta inversión en educación pública, mientras que los clusters 3 y 4 se acercan más a una inversión mediano baja.

Así mismo, en la variable APN, el cluster 1, nos muestra un promedio de 2.56, lo cual se ubica entre las puntuaciones 39 y 114 del ranking Doing

Business; por otro lado, el cluster 2 posee un promedio de 1.63, un poco alejada del 1, pero aun así, es el cluster con mejor puntuación respecto a la Apertura de Negocios en cada economía según el ranking Doing Business; mientras que los clusters 3 y 4 se ubican entre las puntuaciones de 39-76 y 115-152 respectivamente.

Con respecto a la variable Comercio Transfronterizo (CT), los promedios de los clusters 1 y 2 se encuentran entre las puntuaciones 39-76 del ranking Doing Business, mientras que los clusters 3 y 4 se ubican más próximos a las puntuaciones 115-152 del ranking.

Ahora bien, la variable Nivel de Inglés (English Level), posee un promedio de 1.40 en el primer cluster, que claramente denota la mayor puntuación (Native and Very High) según Education First (EF). El promedio del cluster 2 ubica a este, como un grupo con nivel bajo de inglés (low); asimismo, los clusters 3 y 4 tienen un promedio bastante cercano a 5, lo que denota un nivel de inglés muy bajo (very low)..

Tabla 3: *Informe de las medias*

Report				
Mean				
Ward Method	GCEP	APN	CT	English Level
1	1.38	2.56	2.10	1.40
2	1.37	1.63	2.06	4.40
3	3.39	2.06	3.74	4.84
4	2.76	4.29	3.70	4.71
Total	2.26	3.00	3.00	3.84

Fuente: SPSS

Hasta el momento, podemos ver que el cluster 1 y 2 poseen los mejores puntajes en el informe de las medias, para todas las variables, exceptuando el nivel de inglés, variable con la cual buscamos demostrar una relación existente; por lo tanto, al escoger entre el cluster 1 y 2, preferimos el cluster 1, por ser el que mejor puntuación tiene respecto del cluster 2 en la variable nivel de inglés.

Así mismo, para verificar el número de clusters trabajados, se realizó un análisis factorial para validar la solución obtenida. El análisis factorial nos sirve para reducir datos y encontrar grupos homogéneos de variables que se correlacionan entre sí, con la premisa de que unos grupos sean independientes de otros. La finalidad de este análisis, es encontrar grupos de variables con significado común y minimizar el número

de escenarios requeridos para explicar las variables y sus puntuaciones.

El Análisis Factorial es, por tanto, una técnica de reducción de la dimensionalidad de los datos (Zamora, Monroy, & Chávez, 2010)

Tabla 4: Prueba de KMO y Bartlett

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.733
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	183.739
	df	6
	Sig.	.000

Fuente: SPSS

Siguiendo con los resultados del análisis factorial, tenemos primero el test de KMO y Bartlett. La medida de adecuación muestral KMO, nos brinda un valor de 0.733, cercano a 1, lo que implica que la relación entre las variables es alta y a su vez, da validez al análisis factorial. Respecto a la prueba de esfericidad de Bartlett, es decir el nivel de significancia, tenemos 0.000, por tanto, rechazamos la hipótesis nula y decimos que si existen correlaciones significativas entre las variables. (IBM, 2020)

Tabla 5: Comunalidades

Communalities

	Initial	Extraction
GCEP	1.000	.745
APN	1.000	.927
CT	1.000	.649
English Level	1.000	.746

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: SPSS

Luego, tenemos la matriz de comunalidades al analizar toda la varianza; encontrando que los valores para todas las variables en la columna de extracción, son altas (> 0.6); por lo tanto, todos los procedimientos tienen a dar la

misma solución, ya que las variables están totalmente explicadas por los factores comunes. (Mavrou, 2015)

Respecto a los métodos de extracción de factores, se utilizó el análisis de componentes principales, para estimar las puntuaciones factoriales, explicando el máximo de variabilidad de las variables. Para la rotación, se utilizó el método ortogonal varimax, este método asume que los factores son independientes entre sí, minimizando el número de variables con altas cargas factoriales en un factor.

Tabla 6: Varianza total explicada

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.292	57.293	57.293	2.292	57.293	57.293	1.886	47.138	47.138
2	.775	19.384	76.677	.775	19.384	76.677	1.182	29.539	76.677
3	.551	13.768	90.445						
4	.382	9.555	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Fuente: SPSS

Respecto al porcentaje de varianza que explica cada factor, podemos apreciar que SPSS automáticamente muestra los factores que tengan

autovalores mayores a 1, entonces consideramos la columna porcentaje de la varianza de la suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación;

aquí vemos los porcentajes de variabilidad de los datos que explica cada factor, el primer factor explica el 47.14% de la información recabada y el segundo factor un 29.54%; ambos factores explican el 76.68% de la variabilidad de los datos originales, lo cual es más que aceptable.

Tabla 7: *Matriz de componentes rotados*

Rotated Component Matrix^a

	Component	
	1	2
English Level	.864	-.014
GCEP	.806	.310
CT	.684	.426
APN	.150	.951

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Fuente: SPSS

En la matriz de componentes rotados, observamos las cargas o coordenadas factoriales que expresan la magnitud de la correlación entre las variables y el factor, vemos entonces en el primer factor, que las variables nivel de inglés (English Level), la inversión en educación pública (GCEP) y comercio transfronterizo (CT); correlacionan con dicho factor ya que tienen cargas

factoriales altas, además son cargas factoriales positivas, por lo que a mayor inversión en educación, mayor el nivel de inglés y mayor también el comercio transfronterizo que se realiza en las economías analizadas. Cabe señalar que, en el primer factor, la variable apertura de negocios (APN) posee carga factorial muy baja; mientras que, en el segundo factor, es totalmente lo opuesto, siendo APN, la única variable con un puntaje muy alto en dicho factor, por lo tanto, podemos interpretar que a mayor apertura de negocios en los países, menor inversión en educación, nivel de inglés y comercio transfronterizo; no obstante debemos entender que la apertura de negocios es una variable que se presenta en ambos factores, por lo tanto, respecto al primer factor, es claro que un reducido número de negocios que se aperturan en estas economías, son los que verdaderamente logran exportar sus productos y/o servicios y que poseen un alto nivel de inglés delimitado por una alta inversión en educación pública.

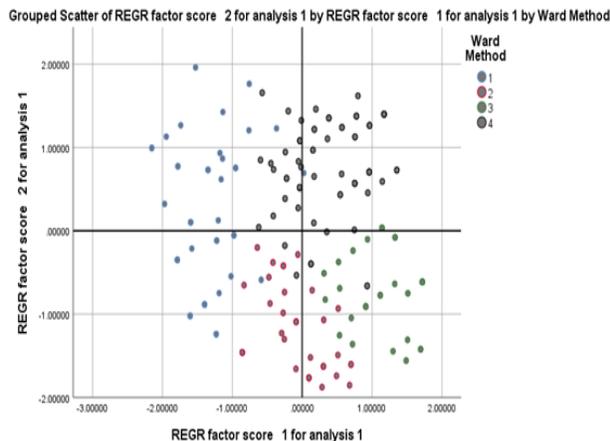


Figura 2: Gráfica de conglomerados (dispersión agrupada)

Fuente: SPSS

Antes de analizar la gráfica de dispersión, denominaremos al factor 1 (eje horizontal) como “éxito comercial” y al factor 2 (eje vertical) como “Emprendimiento”, ya que hemos visto en la matriz de componentes rotados, como el factor 1 abarca las variables nivel de inglés, comercio transfronterizo e inversión en educación, mientras que en el factor 2 sobresale la variable apertura de un negocio. Sentadas estas bases, vemos en la gráfica de dispersión que los casos están diferenciados por colores, mediante el método de Ward, para identificar a qué cluster pertenece cada caso. Así vemos que, el cluster 4 (color negro), agrupa los casos con puntajes altos y bajos en éxito comercial, mientras que en el eje vertical posee

mayoritariamente valores altos en emprendimiento. A su vez, el cluster 3 (color verde), posee casos con puntajes medios respecto al emprendimiento y escasos en éxito comercial. El cluster 2 (color rojo), se encuentra con puntajes medios en emprendimiento y puntajes medios bajos para éxito comercial. Finalmente, en el cluster 1 (color azul), podemos apreciar puntajes medianos altos en éxito comercial y puntajes medios en emprendimiento. Para ejemplificar mejor que economías se encuentran con puntajes positivos y negativos, a continuación, se tienen las tablas por cada factor.

Tabla 8: Distribución de países para el factor 1 en el eje positivo y negativo

FACTOR 1					
Eje Positivo			Eje Negativo		
Afganistán	Haití	Omán	Albania	Estonia	Países Bajos
Angola	Honduras	Pakistán	Alemania	Eswatini	Palau
Arabia Saudita	Iraq	Papua Nueva Guinea	Antigua y Barbuda	Fiji	Panamá
Argelia	Islas Marshall	República Árabe Siria	Argentina	Filipinas	Paraguay
Armenia	Islas Salomón	República Centroafricana	Australia	Finlandia	Perú
Azerbaiyán	Israel	RDP Lao	Austria	Francia	Polonia
Bangladesh	Kazajistán	Ribera Occidental y Gaza	Bahamas	Grecia	Portugal
Benin	Kirguistán	Ruanda	Bahrein	Guatemala	Puerto Rico
Bhután	Kiribati	Rusia	Barbados	Guyana	Qatar
Brunei Darussalam	Kosovo	Samoa	Belarús	Hong Kong	Reino Unido
Burkina Faso	Kuwait	Santo Tomé y Príncipe	Bélgica	Hungria	República Checa
Burundi	Lesoto	Senegal	Bélica	India	República Dominicana
Cabo Verde	Líbano	Sierra Leona	Bolivia	Indonesia	Rumania
Cambodia	Liberia	Somalia	Bosnia y Herzegovina	Irán	San Cristóbal y Nieves
Camerún	Libia	Sri Lanka	Botswana	Irlanda	San Marino
Chad	Madagascar	Sudán	Brasil	Islandia	San Vicente y las Granadinas
Colombia	Malawi	Sudán del Sur	Bulgaria	Italia	Santa Lucía
Comoras	Maldivas	Tailandia	Canadá	Jamaica	Serbia
República del Congo	Mali	Taiwan, China	Chile	Japón	Seychelles
R D del Congo	Marruecos	Tanzania	China	Jordania	Singapur
Costa de Marfil	Mauricio	Tayikistán	Chipre	Kenia	Sudáfrica
Egipto	Mauritania	Timor Leste	Corea del Sur	Letonia	Suecia
Emiratos Arabes Unidos	Micronesia	Togo	Costa Rica	Lituania	Suiza
Eritrea	Moldavia	Tonga	Croacia	Luxemburgo	Suifname
Etiopía	Mongolia	Túnez	Dinamarca	Macedonia del Norte	
Gabón	Montenegro	Turquía	República Dominicana	Malasia	
Gambia	Mozambique	Ucrania	Ecuador	Malta	
Georgia	Myanmar	Uganda	El Salvador	México	
Ghana	Namibia	Uzbekistán	Eslovaquia	Nepal	
Guinea	Nicaragua	Vanuatu	Eslovenia	Noruega	
Guinea Ecuatorial	Niger	Venezuela	España	Nueva Zelanda	
Guinea-Bissau	Nigeria	Vietnam	Estados Unidos	Tailandia y Tobago	
Yibuti	Zimbabwe	Yemen	Uruguay		
		Zambia			

Fuente: Elaboración Propia

Notamos que las variables que correlacionan más con el factor 1 (éxito comercial) se encuentran en el lado positivo, por lo que los casos (países) que se ubiquen en ese lado, presentan en distintos grados las características de esas variables, pero si se sitúan en el

lado negativo, carecerán de esas características, o presentan bajos valores en esas variables y por tanto en el mismo factor. De igual forma sucede con el factor 2 (emprendimiento), ya que las variables que correlacionan con éste, se encuentran en el lado positivo.

Tabla 9: Distribución de países para el factor 2 en el eje positivo y negativo

FACTOR 2					
Eje Positivo			Eje Negativo		
Alemania	Irán	Ribera Occidental y Gaza	Afganistán	Hong Kong	Omán
Angola	Iraq	Rumania	Albania	Irlanda	Países Bajos
Antigua y Barbuda	Islas Salomón	San Vicente y las Gineadinas	Arabia Saudita	Islandia	Pakistán
Argelia	Jordania	Santo Tomé y Príncipe	Armenia	Islas Marshall	Panamá
Argentina	Kenia	Seychelles	Australia	Israel	Portugal
Austria	Kiribati	Somalia	Azerbaiyán	Italia	Puerto Rico
Bahamas	Libano	Sudáfrica	Bahréin	Jamaica	Qatar
Bangladesh	Libia	Sudán	Belarús	Japón	Reino Unido
Barbados	Malasia	Sudán del Sur	Bélgica	Kazajstán	Ruanda
Belice	Malawi	Suiza	Benin	Kirguistán	Rusia
Bolivia	Mali	Suriname	Bhután	Kosovo	Samoa
Bosnia y Herzegovina	Micronesia	Tanzania	Brunei Darussalam	Kuwait	San Cristóbal y Nieves
Botswana	Mozambique	Trinidad y Tobago	Burkina Faso	Lesoto	San Marino
Brasil	Namibia	Uganda	Burundi	Letonia	Santa Lucía
Bulgaria	Nepal	Vanuatu	Canadá	Liberia	Senegal
Cabo Verde	Nicaragua	Venezuela	Chile	Lituania	Serbia
Camboya	Nigeria	Viet Nam	China	Luxemburgo	Sierra Leona
Camerún	Palau	Yemen	Chipre	Macedonia del Norte	Singapur
Chad	Papua Nueva Guinea	Yibuti	R D del Congo	Madagascar	Sri Lanka
Colombia	Paraguay	Zambia	Corea, República de	Maldivas	Suecia
Comoras	Perú	Zimbabwe	Costa de Marfil	Malta	Tailandia
República del Congo	Polonia	Guatemala	Dinamarca	Marruecos	Taiwan, China
Costa Rica	República Árabe Siria	Guinea	Dominica	Mauricio	Tayikistán
Croacia	República Centroafricana	Guinea Ecuatorial	Emiratos Arabes Unidos	Mauritania	Timor Leste
Ecuador	República Checa	Guinea Bissau	Eslovenia	México	Togo
Egipto	RDP Lao	Guyana	España	Moldavia	Tonga
El Salvador	República Dominicana	Haití	Estados Unidos	Mongolia	Túnez
Emireta	Gabón	Honduras	Estonia	Montenegro	Turquia
Eslovaquia	Gambia	Hungría	Finlandia	Myanmar	Ucrania
Eswatini	Ghana	India	Francia	Niger	Uruguay
Etiopía	Granada	Indonesia	Georgia	Noruega	Uzbekistán
Fiji	Filipinas		Grecia	Nueva Zelanda	

Fuente: Elaboración Propia

Además de lo ya analizado, se cree conveniente realizar el test de chi cuadrado para las variables comercio transfronterizo, inversión en educación pública y apertura de negocios con respecto a su relación con el nivel de inglés para las 190 economías; teniendo en cuenta que el test de chi cuadrado, es

una prueba estadística que nos permite reconocer la asociación entre 2 variables categóricas.

Tabla 10: *Tabla de contingencia English Level * GCEP*

English Level * GCEP Crosstabulation

			GCEP				Total
			Ingreso alto	Ingreso mediano alto	Ingreso mediano bajo	Ingreso bajo	
English Level	Native and Very High Proficiency	Count	23	8	0	0	31
		% within GCEP	39.0%	15.4%	0.0%	0.0%	16.3%
	High Proficiency	Count	8	4	3	0	15
		% within GCEP	13.6%	7.7%	6.0%	0.0%	7.9%
	Moderate Proficiency	Count	8	5	1	1	15
		% within GCEP	13.6%	9.6%	2.0%	3.4%	7.9%
	Low Proficiency	Count	3	10	8	1	22
		% within GCEP	5.1%	19.2%	16.0%	3.4%	11.6%
	Very Low Proficiency	Count	17	25	38	27	107
		% within GCEP	28.8%	48.1%	76.0%	93.1%	56.3%
Total		Count	59	52	50	29	190
		% within GCEP	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: SPSS

Tabla 11: *Test de Chi cuadrado para la tabla 10*

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	68.173 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	79.345	12	.000
Linear-by-Linear Association	54.435	1	.000
N of Valid Cases	190		

a. 10 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.29.

Fuente: SPSS

Primero, tenemos la tabla de contingencia para el nivel de inglés versus la inversión en educación pública, donde vemos que los países con ingreso alto poseen un nivel alto, muy alto y/o

nativo del idioma inglés, haciendo un total de 59 países que representan un 52.6%. Así mismo, el test de chi cuadrado es significativo (<0.05), lo que dictamina que el nivel de inglés y la inversión en educación pública sí están asociadas entre sí.

Tabla 12: *Tabla de contingencia English Level * APN*

English Level * APN Crosstabulation

			APN				Total	
			Score 1 to 38	Score 39 to 76	Score 77 to 114	Score 115 to 152		Score 153 to 190
English Level	Native and Very High Proficiency	Count	10	8	7	5	1	31
		% within APN	26.3%	21.1%	18.4%	13.2%	2.6%	16.3%
	High Proficiency	Count	3	1	5	5	1	15
		% within APN	7.9%	2.6%	13.2%	13.2%	2.6%	7.9%
	Moderate Proficiency	Count	6	2	4	2	1	15
		% within APN	15.8%	5.3%	10.5%	5.3%	2.6%	7.9%
	Low Proficiency	Count	3	6	3	6	4	22
		% within APN	7.9%	15.8%	7.9%	15.8%	10.5%	11.6%
	Very Low Proficiency	Count	16	21	19	20	31	107
		% within APN	42.1%	55.3%	50.0%	52.6%	81.6%	56.3%
Total		Count	38	38	38	38	38	190
		% within APN	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: SPSS

Tabla 13: *Test de Chi cuadrado para la tabla 12*

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	26.343 ^a	16	.049
Likelihood Ratio	28.276	16	.029
Linear-by-Linear Association	11.349	1	.001
N of Valid Cases	190		

a. 15 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.00.

Fuente: SPSS

Al explicar los primeros 38 países del ranking mundial del Doing Business para la categoría de apertura de un negocio, vemos que solo el 34.2% poseen un nivel de inglés alto, muy alto

y/o nativo; mientras que el 42.1% tienen un nivel muy bajo del idioma. Así mismo, el test de chi cuadrado es levemente significativo (0.049), esto denota como el anterior análisis de

conglomerados y el análisis factorial, que el nivel de inglés está presente en países con negocios, pero no en todos, al menos no en su mayoría.

Tabla 14: *Tabla de contingencia English Level * CT*

English Level * CT Crosstabulation

			CT					Total
			Score 1 to 38	Score 39 to 76	Score 77 to 114	Score 115 to 152	Score 153 to 190	
English Level	Native and Very High Proficiency	Count	12	6	6	6	1	31
		% within CT	31.6%	15.8%	15.8%	15.8%	2.6%	16.3%
	High Proficiency	Count	10	1	1	2	1	15
		% within CT	26.3%	2.6%	2.6%	5.3%	2.6%	7.9%
	Moderate Proficiency	Count	6	5	2	2	0	15
		% within CT	15.8%	13.2%	5.3%	5.3%	0.0%	7.9%
	Low Proficiency	Count	2	7	8	4	1	22
		% within CT	5.3%	18.4%	21.1%	10.5%	2.6%	11.6%
	Very Low Proficiency	Count	8	19	21	24	35	107
		% within CT	21.1%	50.0%	55.3%	63.2%	92.1%	56.3%
Total		Count	38	38	38	38	38	190
		% within CT	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: SPSS

Tabla 15: *Test de Chi cuadrado para la tabla 14*

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	64.554 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	65.138	16	.000
Linear-by-Linear Association	33.027	1	.000
N of Valid Cases	190		

a. 15 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.00.

Fuente: SPSS

Cuando analizamos el nivel de inglés versus el comercio transfronterizo, podemos explicar que de los primeros 38 países del ranking mundial del Doing Business, 57.9% poseen un nivel de inglés alto, muy alto y/o nativo. Así mismo, el test de chi cuadrado es

significativo, explicando la asociación factible entre ambas variables.

CONCLUSIONES

Respecto de los resultados obtenidos en el análisis de conglomerados jerárquicos, hemos podido apreciar en los que existen grupos de países con excelentes puntuaciones, especialmente aquellos entre los primeros 38 y/o 76 países del ranking Doing Business, respecto a las variables comercio transfronterizo, inversión en educación pública y un puntaje

moderadamente alto en apertura de negocios; pero claramente con un buen nivel del idioma inglés (alto-muy alto y nativo), entonces entendemos que el idioma inglés está bastante vinculado a un fuerte desarrollo económico-comercial de los países, e igualmente, el excelente nivel de inglés está sólidamente relacionado a una fuerte inversión en educación pública. Asimismo, en el caso opuesto, hemos encontrado, que mientras más bajas o mediano bajas sean los puntajes en las variables, menor es el nivel de inglés.

Respecto del análisis factorial, podemos ver que la convergencia de las variables nivel de inglés, la inversión en educación pública y el comercio transfronterizo, están más correlacionadas entre sí que con la apertura de negocios (factor 1), mientras que la apertura de negocios por sí sola explica el factor 2; por lo tanto, deducimos que la mayoría de negocios que se abren en los países no siempre logran comerciar a nivel internacional y que se caracterizan por tener un muy bajo nivel de inglés debido a una bajo nivel de inversión en educación en esas economías.

Finalmente, se concluye que el presente tema de investigación fue validado conforme a la data utilizada y por lo tanto, el idioma inglés es trascendental para incursionar en el comercio internacional, y generar desarrollo económico en el proceso; asimismo, el idioma inglés como asignatura debe valorarse aún más y debe generarse una adecuada inversión en educación pública para que los estudiantes y futuros ciudadanos tengan las herramientas necesarias para socializar a nivel internacional y generar como producto de ellos negocios que impulsen la economía de su país. También, es relevante indicar que, como producto de la investigación, vemos que el nivel de inglés debe ser alto o muy alto para emprender un negocio y que el mismo logre un alto nivel de éxito comercial.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial. (02 de Agosto de 2020). Clasificación de las economías. Obtenido de doingbusiness.org: <https://espanol.doingbusiness.org/es/rankings>
- Banco Mundial. (11 de Setiembre de 2020). Gasto público en educación, total (% del PIB). Obtenido de [datos.bancomundial.org](https://datos.bancomundial.org/indicador/SE.XPD.TOTL.GD.ZS?view=chart): <https://datos.bancomundial.org/indicador/SE.XPD.TOTL.GD.ZS?view=chart>
- Borzykowski, B. (20 de Marzo de 2017). The international companies using only English. Obtenido de [bbc.com](https://www.bbc.com/worklife/article/20170317-the-international-companies-using-only-english): <https://www.bbc.com/worklife/article/20170317-the-international-companies-using-only-english>
- Cobo, A. (02 de Agosto de 2020). La importancia del inglés en los negocios actuales. Obtenido de [alejandrocobo.com](https://www.alejandrocobo.com/bl): <https://www.alejandrocobo.com/bl>
- og/la-importancia-del-ingles-en-los-negocios-actuales
- De la Fuente, S. (2011). Análisis de Conglomerados. Obtenido de <http://www.fuenterrebollo.com/>: <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/SEGMENTACION/CONGLOMERADOS/conglomerados.pdf>
- EAE. (11 de Marzo de 2018). Inglés para los negocios: las cifras que respaldan el uso de este idioma. Obtenido de Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/ingles-para-los-negocios-las-cifras-que-respaldan-el-uso-de-este-idioma/>
- EF. (11 de Setiembre de 2020). The world's largest ranking of countries and regions by English skills. Obtenido de www.ef.edu: <https://www.ef.edu/epi/>
- goFLUENT. (18 de Enero de 2017). Why English will Remain the Language of Business. Obtenido de [gofluent.com](http://www.gofluent.com): <https://www.gofluent.com/blog/why-english-will-remain-the-language-of-business/>

- Greelane. (13 de Julio de 2019). Cronología de la Lengua Inglés. Obtenido de greelane.com: <https://www.greelane.com/es/humanidades/ingl%C3%A9s/events-history-of-the-english-language-1692746/>
- Grupo Banco Mundial. (2019). Informe sobre el desarrollo mundial 2019. Obtenido de bancomundial.org: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/767331554985479543/pdf/Main-Report.pdf>
- IBM. (17 de Setiembre de 2020). KMO and Bartlett's test. Obtenido de ibm.com: https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/SSLVMB_subs/statistics_casestudies_project_ddita/spss/tutorials/fac_telco_kmo_01.html
- ICC. (28 de Setiembre de 2020). Incoterms 2020. Obtenido de iccwbo.org: <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-2020/>
- Llauradó, O. (12 de Diciembre de 2014). La escala de Likert: qué es y cómo utilizarla. Obtenido de www.netquest.com: <https://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla>
- Mavrou, I. (10 de Setiembre de 2015). Análisis factorial exploratorio: Cuestiones conceptuales y metodológicas. Nebrija, 71-80. Obtenido de <https://www.nebrija.com/revista-linguistica/analisis-factorial-exploratorio.html>
- Melitz, J. (2018). English as a lingua franca: Facts, benefits and costs. World Economy, 1-25. Obtenido de file:///D:/DESCARGAS/Melitz-GobalEnglish-The_World_Economy.pdf
- Muñoz, Á. (09 de Enero de 2015). La importancia del inglés en los negocios internacionales. Obtenido de inerciadigital.com: <https://blog.inerciadigital.com/2015/01/09/la-importancia-del-ingles-en-los-negocios-internacionales/>

- Pedroza, H., & Dicoovsky, L. (Mayo de 2006). Sistema de Análisis Estadístico con SPSS. Obtenido de https://luisdi.files.wordpress.com/https://luisdi.files.wordpress.com/2008/08/sistema_estadistico_sps.pdf
- Potter, S. (17 de Julio de 2020). ENCYCLOPEDIA BRITANNICA. Obtenido de [britannica.com: https://www.britannica.com/topic/English-language](https://www.britannica.com/topic/English-language)
- Statista. (24 de enero de 2017). La mitad del contenido de Internet está en inglés. Obtenido de [statista.com: https://es.statista.com/grafico/7736/la-mitad-del-contenido-de-internet-esta-en-ingles/](https://es.statista.com/grafico/7736/la-mitad-del-contenido-de-internet-esta-en-ingles/)
- Superprof. (15 de Diciembre de 2017). En el seno de la empresa del coche del pueblo, ahora hablan inglés. Obtenido de [superprof.es: https://www.superprof.es/blog/cambio-de-idioma-empresa-coches-alemana/](https://www.superprof.es/blog/cambio-de-idioma-empresa-coches-alemana/)
- Superprof. (13 de Junio de 2018). ¿Cómo adaptarse al inglés de un país? Obtenido de [superprof.es: https://www.superprof.es/blog/aprender-variantes-ingles/](https://www.superprof.es/blog/aprender-variantes-ingles/)
- T&S. (20 de Octubre de 2016). ¿Cuál es la historia del inglés? Obtenido de [tysidiomas.com: https://tysidiomas.com/cual-es-la-historia-del-ingles/](https://tysidiomas.com/cual-es-la-historia-del-ingles/)
- Teixeira, M. (20 de Enero de 2020). Las Lenguas más Habladas en el Mundo en 2020. Obtenido de [Lingoda.com: https://blog.lingoda.com/es/lenguas-mas-habladas-en-el-mundo](https://blog.lingoda.com/es/lenguas-mas-habladas-en-el-mundo)
- The University of Sheffield. (11 de Setiembre de 2020). List of majority native English speaking countries. Obtenido de [www.sheffield.ac.uk: https://www.sheffield.ac.uk/international/english-speaking-countries](https://www.sheffield.ac.uk/international/english-speaking-countries)
- Universia. (03 de Enero de 2013). El inglés es el idioma de los negocios. Obtenido de [universia.net: https://www.universia.net/pe/actualidad/empleo/ingles-idioma-negocios-991640.html](https://www.universia.net/pe/actualidad/empleo/ingles-idioma-negocios-991640.html)

Vilà-Baños, R., Rubio-Hurtado, M.-J., Berlanga-Silvente, V., & TorradoFonseca, M. (2014). Cómo aplicar un cluster jerárquico en SPSS. REIRE, 113-127. Obtenido de file:///D:/DESCARGAS/Com_aplicar_un_cluster_jerarquic_en_SPS S.pdf

Zamora, S., Monroy, L., & Chávez, C. (Setiembre de 2010). Análisis factorial: Una técnica para evaluar la dimensionalidad de las pruebas. México: CENEVAL. Obtenido de <https://www.ceneval.edu.mx/documents/20182/0/CuadernoTecnico061aed.pdf/a922a295-93f3-4bd0-9c8b-28a52c499cf5>