

CULTURA Y AFECTIVIDAD CONDICIONANTES MOTIVACIONALES EN EL APRENDIZAJE DE INGLES COMO LENGUA EXTRANJERA

Autores:

Juan Felipe Montoya Sierra
Universidad Pontificia Bolivariana
Juanfelipe.montoya@upb.edu.co

Abstract

The proposed research is focused on identifying the factors that influence the motivational and affective when learning English as a foreign language in students of the Institución Universitaria de Envigado. This issue arises because Medellín increasingly becomes a more competitive city, participating more frequently in international events, as set out by Marca País Colombia, and it is apparent openness to new ideas, and visitors from around the world (statistics can be analyzed from the Department of migration Colombia). Following this, the need we have to learn English is pressing. Since English is considered the universal language for a vast majority of fields, especially the academic, the Ministry of National Education (MEN) suggests that students are prepared in this language. Through testing SABER PRO seeks to evaluate the English proficiency in students from different universities in the country. In this test, in recent years, The Institución Universitaria de Envigado has been classified as low.

Motivation is the core of the analysis in this paper, according to Solana, R (1993), is what makes a human act. There are factors specific to the subject as goals, self-improvement, among others, involved in learning, and external factors such as culture and work environment important requirement for English student motivation. The emotional factor takes an important role, because it is clear that

students have some aversion to this league; it is necessary to analyze the use of language in an everyday way to see if students fail to identify with the English or not and what their experience with the language in a different cultural context. There is the question of the level of sociocultural understanding of language reaches the student and how it influences the use of language in context. To provide conceptual support to motivational factors humanistic and cognitive psychological theories are taken.

Resumen

La investigación propuesta está enfocada en identificar los factores que condicionan lo motivacional y lo afectivo a la hora de aprender inglés como lengua extranjera en los estudiantes de la Institución Universitaria de Envigado. Este tema surge debido a que Medellín cada vez se convierte en una ciudad más competitiva, participando con más frecuencia en eventos internacionales, tal como lo expone Marca País Colombia, y es evidente su apertura a nuevas propuestas, y a visitantes de todo el mundo (estadísticas que se pueden analizar desde el departamento de migración Colombia). A raíz de esto, la necesidad que se tiene de aprender Inglés es apremiante. Dado que el inglés se considera lengua universal para una gran mayoría de campos, especialmente el académico, el Ministerio de Educación Nacional (MEN) propone que sus estudiantes sean preparados en esta lengua. Por medio de las pruebas SABER PRO el MEN busca evaluar la competencia en Inglés en estudiantes de las diferentes Universidades del país. En esta prueba, en los últimos años, La Institución Universitaria de Envigado ha estado clasificada en nivel bajo.

La motivación es el eje central de los análisis en este trabajo, según Solana, R (1993), es la que hace que un ser humano actúe. Hay factores propios del sujeto, como metas, superación personal, entre otros, implicados en el aprendizaje, y factores externos, como la cultura y la exigencia del medio laboral importantes para la motivación del estudiante de inglés. El factor afectivo toma un papel relevante, porque es evidente que los estudiantes presentan cierta aversión frente

a esta lengua; esto hace necesario analizar el uso de la lengua en un medio cotidiano para ver si los estudiantes logran identificarse con el inglés o no y cuál es su experiencia con la lengua en un contexto cultural diferente. Existe la pregunta por el nivel de comprensión sociocultural que de la lengua alcanza el estudiante y de cómo ésta influye en el uso del lenguaje en contexto. Para dar soporte conceptual a los factores motivacionales se toman las teorías psicológicas humanista y cognitiva.

Palabras clave

Motivación, cultura, afectividad, lengua extranjera, sociocultura

INTRODUCCIÓN

El mundo académico y laboral colombiano hoy exige aprender una lengua extranjera. Dicho afán se convierte en necesidad en función de la competitividad y el desarrollo, y la influencia del contexto internacional. La incursión de empresas extranjeras empuja al ciudadano colombiano a tener, en su hoja de vida, el dominio de una lengua extranjera. Frente a esta situación, las instituciones educativas optan por preparar mejor a sus estudiantes dándole más importancia en sus planes de estudio y diseños curriculares al aprendizaje de una L2, convirtiéndola en prerrequisito para poder obtener su título profesional y, posteriormente, oportunidades laborales. Este interés emana también de las exigencias del Gobierno Nacional a las instituciones de garantizar el aprendizaje de una L2, y de las migraciones a nivel internacional, las cuales arraigan dicha necesidad. Dado que el Inglés ha sido considerado en las últimas décadas, como una lengua de comunicación universal y una lengua privilegiada para dar a conocer los avances científicos y académicos, su aprendizaje se hace ineludible, ya sea para generar nuevo conocimiento o para el acceso a él. Los resultados en las pruebas saber pro de los egresados de la Institución universitaria de Envigado

en el período 2012-2013 muestran un nivel bajo en el conocimiento del inglés frente al nivel B2 esperado, según las categorías del marco común europeo de referencia para el aprendizaje de lenguas adoptado por el MEN y del ICFES para Colombia.

Se hace necesario hacer una indagación de posibles factores que influyen en estos resultados ligados al alumno, medio social, medio escolar, profesores, material didáctico y estructura institucional. El presente trabajo se enfoca en el estudiante y en los factores psicológico y socio cultural, prestando especial atención a los filtros afectivos y cognoscitivos: actitud, creencias y componentes sociales que influyen en el aprendizaje de la lengua extranjera, en otras palabras los factores que favorecen o no el desarrollo de la competencia comunicativa intercultural en Inglés como L2 de acuerdo de a los lineamientos curriculares del ministerio de educación nacional.

¿Cuál es la posición entorno al aprendizaje de Inglés? ¿Cuáles son factores que motivan el aprendizaje del inglés? ¿Cuál es el entorno sociocultural y sociológico del inglés y como este es comprendido por los estudiantes de la lengua extranjera? Dadas estas inquietudes, los propósitos de la investigación consisten básicamente en determinar factores sociológicos y socioculturales que limitan el desarrollo de la competencia comunicativa intercultural en los estudiantes de la Institución Universitaria de Envigado. Para ello, se hacía necesario identificar los factores motivacionales que condicionan el aprendizaje del idioma inglés, reconocer las características socioculturales y sociológicas influyentes en el aprendizaje del Inglés y reconocer el entorno donde la lengua extranjera se está aprendiendo.

La Institución Universitaria de Envigado en su centro de idiomas, lugar donde se realiza la investigación, ofrece cursos de inglés para el público en general y para los estudiantes de las carreras profesionales ofrecidas. Dichos cursos sirven para que los estudiantes de pregrado y el público en general puedan alcanzar los

diferentes niveles propuestos por el Marco común europeo de referencia. Pero es, de resaltar que su mayor público son los estudiantes de pregrado, debido a que por medio de la escuela, los estudiantes pueden cumplir con el requisito de una lengua extranjera que deben cumplir para obtener su grado profesional. El número de niveles son 6, donde en los grupos se puede ver estudiantes de diferentes características como jóvenes y adultos, en su mayor parte de estrato medio, medio-alto. En el momento de ingresar a los cursos, es evidente que los estudiantes poseen un conocimiento básico de la lengua extranjera y donde la escuela se dispone a trabajar desde el nivel más bajo el cual corresponde al A1 de acuerdo al MCRE.

Los diferentes niveles están enfocados para que el estudiantes puedan adquirir una competencia comunicativa trabajando desde descripciones simples, a expresar actividades propias de su entorno hasta hablar con propiedad de su campo de conocimiento. En sus cartas descriptivas y con ayuda del texto guía Top Notch, podemos observar que se busca que los estudiantes se enfrente a situaciones conversacionales cotidianas en las que el estudiante pudiera verse envuelto; En el aula de clase se hace uso permanente de la lengua con el fin de generar un ambiente apropiado para los procesos de aprendizajes. Un aspecto importante a considerar dentro del desarrollo de estos cursos, es que los estudiantes (de pregrado) deben hacer los 6 niveles de inglés, por lo que un aspecto como éste, influye en la motivación que el estudiante tiene respecto al aprendizaje del idioma. Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente mencionados, en los salones de clase, se es frecuente encontrar estudiantes que ante la carencia de práctica y de contacto del idioma llegan a los niveles básicos (A1-A2), con una gran prevención y posible desmotivación.

Tomado como referencia las pruebas SABER PRO en los periodos de noviembre de 2012, junio y noviembre de 2013 (figura 1 y 2) evidente un nivel bajo entre los estudiantes de diferentes carreras. Entre estas tenemos que los estudiantes de las carreras de derecho y psicología son los que peores resultados presentan, donde

las ingenierías hay una leve mejoría y los estudiantes de negocios un buen nivel debido a que ellos tiene en su currículo académico inglés.

Figura 1.

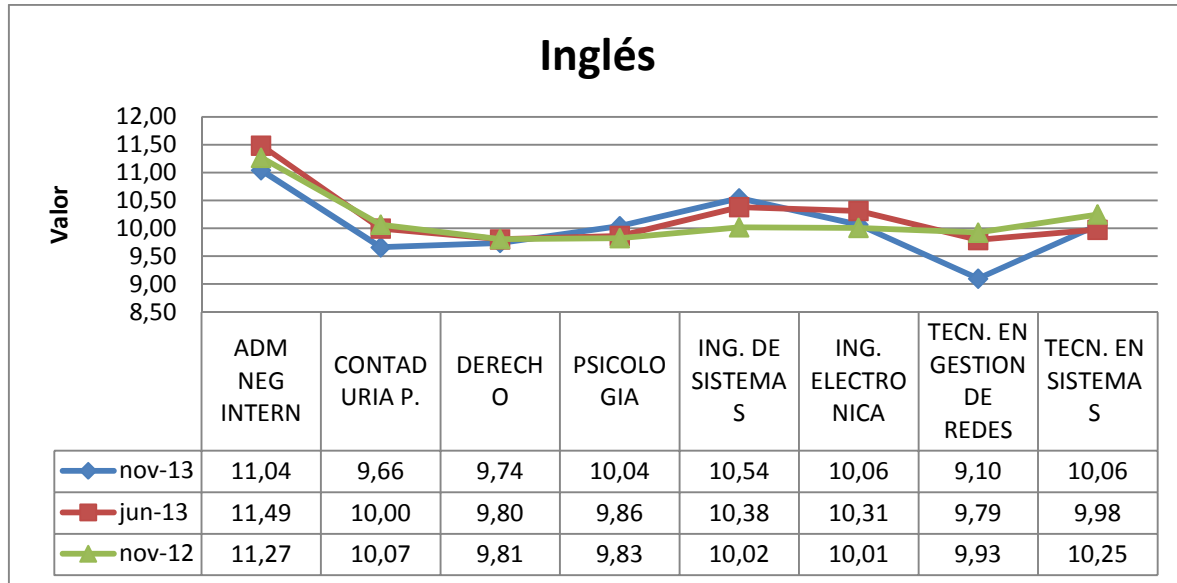


Figura 2.

INGLES	Noviembre de 2013			JUNIO DE 2013			NOVIEMBRE DE 2012		
PROMEDIO INSTITUCIONAL	10,20	A2		10,02	A2		9,90		
ADM NEG INTERN	11,04	B1	3	11,49	B1	3	11,27	B1	3
CONTADURIA P.	9,66	A1	1	10,00	A2	2	10,07	A2	2
DERECHO	9,74	A1	1	9,80	A1	1	9,81	A1	1
PSICOLOGIA	10,04	A1	1	9,86	A1	1	9,83	A1	1
ING. DE SISTEMAS	10,54	B1	3	10,38	A2	2	10,02	A2	2
ING. ELECTRONICA	10,06	A2	2	10,31	A2	2	10,01	A2	2
TECN. EN GESTION DE REDES	9,10	A-	0	9,79	A1	1	9,93	A1	1
TECN. EN SISTEMAS	10,06	A2	2	9,98	A1	1	10,25	A2	2

ANTECEDENTES

Uno de los factores a tratar sería el de la motivación, es un tema que ha sido poco estudiado y donde se está tomando en consideración los aspectos afectivos que los estudiantes puedan enfrentar a la hora de abordar una lengua extranjera. Hay diferentes investigaciones que apoyan el estudio que se está realizando, dichas investigaciones nos dan una orientación en términos de motivación, aspectos

socioculturales, psicológicos, cognoscitivos, de conducta y uso en la ciudad la cual cuenta con características que condicionan varias expresiones y componentes comunicativos. Daniel Ordorica a través de su investigación en la universidad de baja california, da varios aportes sobre factores que influyen la motivación en los estudiantes. En dicha investigación plantea algunos tipos de motivación soportado de varios teóricos, los cuales abordan el concepto de motivación intrínseca o integrativa y extrínseca o instrumental las cuales poseen unas características que ayudan a interpretar mejor a los estudiantes y de cómo este debe propiciar su impulso en aprender conceptos nuevos y de crear los espacios pertinentes para acceder de una manera más eficaz a la información. Es desde este punto, donde empezamos hablar del aprender a aprender y el cómo el estudiante se puede volver un agente activo su aprendizaje.

A la hora de aprender una lengua extranjera, es de vital importancia tener en la cuenta aspectos que juegan un papel importante, tal como los es la afectividad que se sienta por adquirir una lengua extranjera y de igual forma la características propias del estudiantes como es la personalidad, el intelecto, el entorno, contexto (Daniel Ordorica, 2008) entre otros; deben ser profundizados para determinar la incidencia de la motivación en los procesos de aprendizaje. Diferentes autores han mencionado el concepto de la motivación en el aprendizaje de una lengua extranjera donde proponen que la mezcla de algunas variables tal como lo es la disposición para aprender, en términos de aceptación del nuevo código de comunicación y la cultura, dado que es a ella a la que el idioma le apunta, considerado que es indispensable entender como otros sectores del mundo se expresan (MCER)

El Marco común de referencia Europea nos plantea que el idioma es “fenómeno sociocultural, en continua evolución para responder a las exigencias de su uso en comunicación” y no solo “un aspecto principal de la cultura, sino un medio para acceder a manifestaciones culturales” (Marco Común Europeo de Referencia, 2001). Es de este apartado donde podemos deducir que los idiomas son

respuesta de dichas manifestaciones culturales y se hace imperativo tener conciencia sobre que contexto será utilizada la lengua, ya que puede presentar variaciones de tipo cultural. Por otro lado la experiencia existencial juega un papel importante ya que se genera conciencia frente al porque se debe de aprender un código específico como canal de comunicación e interacción entre semejantes. Es de vital importancia entender el concepto de cultura en el aprendizaje de una lengua ya que es esta la que reglamenta un sin número de expresiones que dan cuenta del perfil propio de la lengua a comprender.

La motivación para aprender comprende la motivación intrínseca y extrínseca. Las nociones de estos dos tipos de motivación fueron presentadas por Gardner and Lambert (1972, citado por Hussin, 2001). Al hablar de intrínseca vemos que la característica de los estudiantes es en la que el trabajo para sí mismo tratando de sacar provecho de la información que se le presente y a su vez genera retos que lo lleven a mejorar cada vez más en el aprendizaje de otro idioma, por otro lado tenemos la integrativa la cual trata de como el individuo logra integrar características de la cultura de la lengua a la propia. Otras categorías como lo son la extrínseca o instrumental nos deja un estudiante que ve el idioma extranjero como un herramienta para alcanzar otro tipo de objetivos como lo es obtener un trabajo mejor remunerado, poder alcanzar los requisitos para su grado universitario entre otros (Gardner y Alambert, 1972, citados por William y Buirden, 2007). “En psicología, motivación se refiere a la iniciación, dirección, intensidad y persistencia del comportamiento” (Geen, 1995). En este tema se enfoca, en el perfil del estudiante el cual le facilitara o dificultara el aprendizaje de una lengua extranjera (MCER, p.104).

Tres teorías psicológicas tienen la motivación como uno de sus temas fundamentales: la conductista, la humanista y la cognitiva. Cada una de ellas trata aspectos como el estímulo-respuesta, el desarrollo humano y el sentido de la información. Así puede explicarse la desesperanza perdida de Seligma y el modelo de Target. En este trabajo se hace pertinente abordar de forma más

profunda las teorías humanista y cognitiva ya que se desea analizar más de cerca la motivación Intrínseca.

¿Falta motivación en los estudiantes a la hora de aprender? Si esto es así, según Ordorica, se debe a que los estudiantes en general no sienten atracción por la lengua o simplemente no les gusta y se empieza a hablar de la aversión que tienen los estudiantes por aprender otros estilos de comunicación donde pude ver influenciado por aspectos de actitudes, motivaciones (intrínseca, extrínseca), los valores, las creencias, los estilos cognitivos (analíticos, holísticos, convergentes, etc.) y los factores de personalidad (optimismo, pasividad, miedo, inteligencia, etc.). De igual forma la escuela de idiomas de la universidad de envigado, busca obtener por parte de los estudiantes, respuestas de sus motivación para así poder tomar algunas estrategias que busquen mejor la calidad de sus cursos y por ende que los estudiantes se reconozcan en el idioma y logren alcanzar las competencias propuesta “Es más probable que un curso que lo hace sentir bien – e importante – lo motive a aprender más que uno que lo hace sentir tonto y pequeño” (Dickinson, L. 1987, p. 32).

Koontz y Wehrich (1999) define la motivación como un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos, y fuerzas similares. Decir que los administradores motivan a sus subordinados, es decir que realizan cosas con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos e inducir a los subordinados a actuar de determinada manera. Por su parte Solana (1993) habla de la motivación como lo que hace que un individuo actúe y se comporte de una determinada manera. Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos que decide, en una situación dada, con qué vigor se actúa y en qué dirección se encauza la energía.

Teniendo en cuenta que la escuela de idiomas puede ser un agente motivante que logre estimular a sus estudiantes. Para que generar que el estudiante logre acercarse más al aprendizaje de una lengua extranjera y a su vez alcance los

objetivos propuesta por ella. Pero principalmente, tenemos que hablar sobre la responsabilidad que le recae al estudiante para apropiarse de su aprendizaje. Es en este punto donde hablamos de la motivación para aprender y como el estudiante recibe la información y logra apropiarse de ella convirtiéndola interesante y de esta forma se convierte en un agente activo sacándole el mejor provecho a los conceptos trabajados en clase.

Daniel Ordorica cita a Kolb, D. (1984) en donde plantea que Kolb, D. (1984) estableció en su teoría de las inteligencias múltiples que existen al menos 7 maneras distintas de aprender, y por lo tanto hay siete inteligencias: kinestética, (movimiento físico/corporal) interpersonal (comunicación y relación con otras personas), intra-personal (autoreflexión y metacognición), lógica/matemática (números, pensamiento científico, inductivo, deductivo, conciencia de la realidad espiritual, musical/rítmica (reconocimiento de patrones de sonido y ritmo), verbal/lingüística (palabras e idiomas escritos y hablados. Esta inteligencia domina la mayoría de los sistemas educativos occidentales) y visual/espacial (se basa en el sentido de la vista, la capacidad de visualizar objetos y de crear imágenes mentales).

Los estilos cognitivos (analítico, holístico, convergente, etc.) son otro tópico importante. Éstos se refieren a la manera como un individuo procesa la información, es decir el modo de procesar, recordar y resolver un problema. La motivación escolar es un proceso general por el cual se inicia y dirige una conducta hacia el logro de una meta. Este proceso involucra variables tanto cognitivas como afectivas: cognitivas, en cuanto a habilidades del pensamiento y conductas instrumentales para alcanzar las metas propuestas; afectivas en tanto comprende elementos como la autovaloración, autoconcepto, etc. (Alcalá y Antonijevic, 1987, citados por Bañuelos, 1993:59).

Si bien en el aula de clase se hace necesario trabajar de forma que los estudiantes logren aplicar los conocimientos aprendidos, debemos volcar nuestra

mirada a la ciudad la cual es en donde el dicente se desenvolverá y aplicara las competencias aprendidas durante su periodo escolar. Pero primero que todo tenemos que ser consiente da la ciudad contemporánea y sus nuevas ideas y nuevas formas de brindar experiencias significativas para los habitantes de ella. Hablando propiamente de Medellin vemos que la ciudad ha perdido su aire doméstico (jurado 2002) para entra a ser una ciudad que se condiciona por devenires de un mundo globalizado. Medellín se ha transformado a lo largo de la historia en un ciudad reconocible a una ciudad moderna con el cambio de su infraestructura y de identificación con la ciudad.

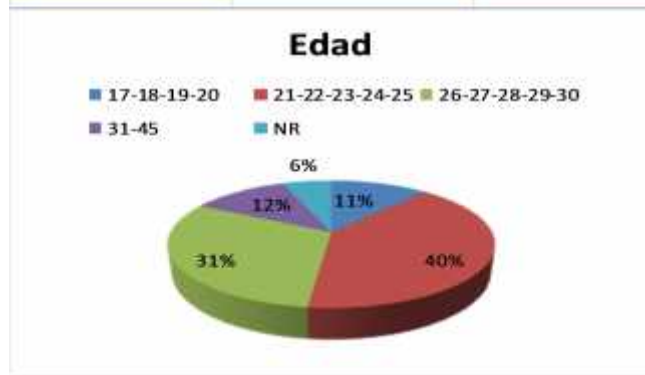
METODOLIGÍA

La investigación consiste en un estudio etnográfico en el ámbito educativo, enmarcado en el modelo cualitativo con algunos elementos cuantitativos. La encuesta fue el instrumento privilegiado para la recolección de la información, así como la experiencia directa en el centro de idiomas de la Institución. El estudio se estructura a partir de un muestreo aleatorio.

Las variables consideradas para la investigación fueron el sexo, la edad y el programa en el cual estaba inscrito el estudiante, con el fin de obtener información para responder a la pregunta por la influencia del nivel de desarrollo psicológico, la influencia de las consideraciones sociales sobre la importancia del inglés ligada a la imagen social del programa universitario, y la predisposición mayor o menor por género para el aprendizaje del inglés. De acuerdo con los encuestados, la información obtenida es la siguiente:

Edad:

Edad	Cantidad	Porcentaje
17-18-19-20	6	12%
21-22-23-24-25	21	40%
26-27-28-29-30	16	31%
31-45	6	12%
NR	3	6%
TOTAL	52	100%



El 71% de los estudiantes está entre las edades de 21 a 30 años.

Sexo:

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Mujer	37	71%
Hombre	15	29%
TOTAL	52	100%



El 71% de la población encuestada es de población femenina.

Programa de formación profesional:

Carrera	Cantidad	Porcentaje
Psicología:	24	46%
Derecho:	17	33%
Ing. Sistemas:	3	6%
Ing. Electronica:	4	5%
Neg. Inter:	1	2%
Inglés:	2	4%
NR:	1	2%
TOTAL	52	100%



Derecho y Psicología cuentan con el 79% de estudiantes en los programas de la Universidad. Las otras carreras cuentan con 8%, 7%, 4% y 2% respectivamente.

HALLAZGOS

Pregunta 1:

¿Cuál es su posición sobre el aprendizaje del Inglés?

Pregunta 1:	Cantidad	Porcentaje
me gusta:	44	85%
no me gusta:	6	12%
otro:	2	4%
TOTAL	52	100%



Pregunta 1:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Requisito para graduarme (otro)	1	2%
Respuesta B: Me genera miedo (otro)	1	2%
Respuesta C: Pero no por que se exija (me gusta)	1	2%
NR (me gusta)	49	94%
TOTAL	52	100%



En términos de gusto podemos ver que un 85% de los encuestados que sienten expresan gusto por la lengua frente a un 11% que manifiestan que no les gusta y 4% que presentan otro. Entre los que responde que otro vemos que es porque es prerequisite para los grados y el temor por estudiarlo.

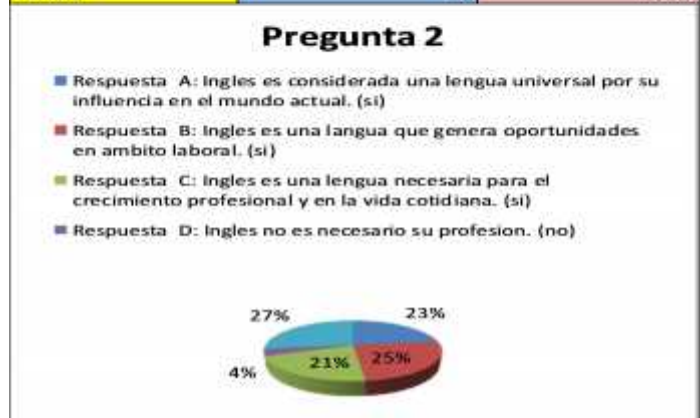
Pregunta 2:

¿Cree usted que es necesario aprender Inglés?

Pregunta 2:	Cantidad	Porcentaje
si:	50	96%
no:	2	4%
TOTAL	52	100%



Pregunta 2:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Ingles es considerada una lengua universal por su influencia en el mundo actual. (si)	12	23%
Respuesta B: Ingles es una lengua que genera oportunidades en ambito laboral. (si)	13	25%
Respuesta C: Ingles es una lengua necesaria para el crecimiento profesional y en la vida cotidiana. (si)	11	21%
Respuesta D: Ingles no es necesario su profesion. (no)	2	4%
NR (si)	14	27%
TOTAL	52	100%



En términos de necesidad, 96% de los encuestados es consiente del requerimiento de una lengua extranjero frente a un 4 % que no lo considera. Las razones para expresar la necesidad son, que el inglés es una lengua universal, es una lengua que da oportunidades laborales y ayuda en el crecimiento académico y donde solo un 4% de la población responde que no es necesario para su carrera.

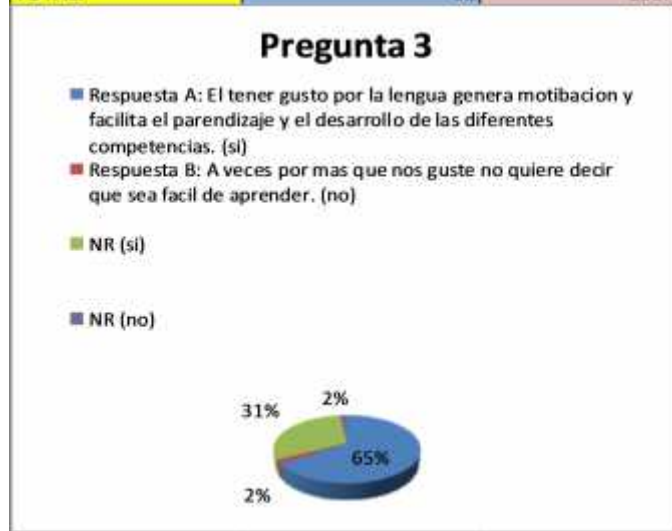
Pregunta 3:

¿Cree usted que el gusto por la lengua juega un papel importante en el aprendizaje de Inglés?

Pregunta 3:	Cantidad	Porcentaje
si:	50	96%
no:	2	4%
TOTAL	52	100%



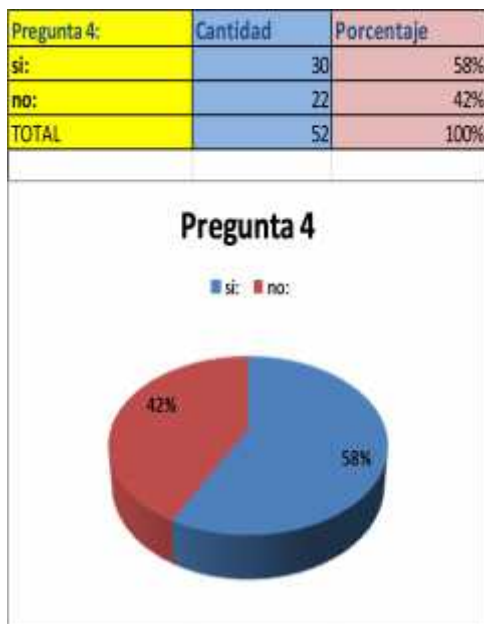
Pregunta 3:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: El tener gusto por la lengua genera motivacion y facilita el parentizaje y el desarrollo de las diferentes competencias. (si)	34	65%
Respuesta B: A veces por mas que nos guste no quiere decir que sea facil de aprender. (no)	1	2%
NR (si)	16	31%
NR (no)	1	2%
TOTAL:	52	100%



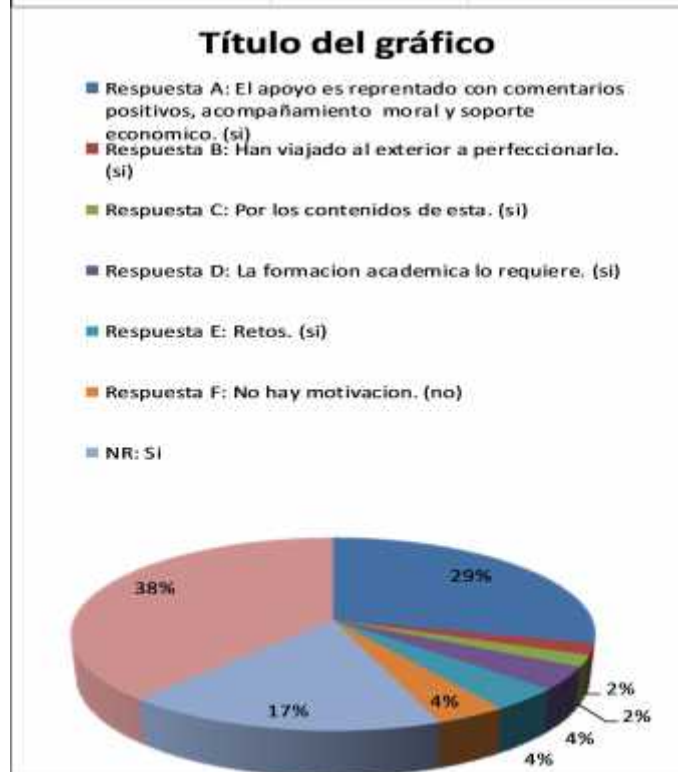
Al referirnos más por el gusto de la lengua y como la afección por ella y como juega un papel importante en el aprendizaje vemos que un 96% de los encuestados afirman que el gusto por la lengua es elemental para su aprendizaje expresando que el gusto genera motivación pero solo un 2% de las respuestas expresan que el gusto no significa que sea fácil aprenderlo.

Pregunta 4:

¿En general, su grupo social (trabajo, estudio, familia, etc.) lo motiva para estudiar Inglés?



Pregunta 4:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: El apoyo es representado con comentarios positivos, acompañamiento moral y soporte económico. (si)	15	29%
Respuesta B: Han viajado al exterior a perfeccionarlo. (si)	1	2%
Respuesta C: Por los contenidos de esta. (si)	1	2%
Respuesta D: La formación académica lo requiere. (si)	2	4%
Respuesta E: Retos. (si)	2	4%
de n	2	4%
NR: Si	9	17%
NR: No	20	38%
TOTAL	52	100%

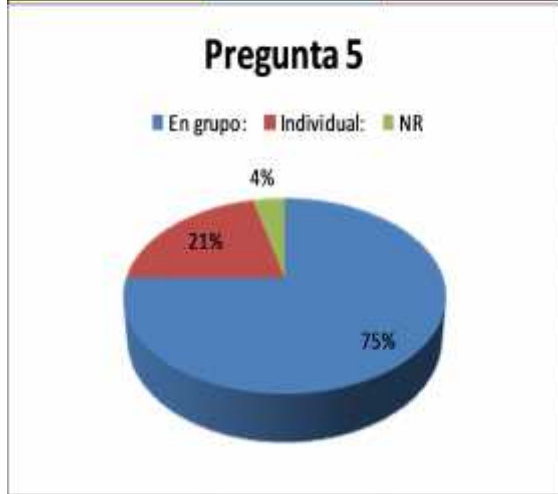


Para el tópico número 4, que trata sobre la motivación que los estudiantes reciben por su círculo social vemos que un 58% si siente apoyo por el contrario un 42% no. En donde el apoyo es representado con comentarios positivos, acompañamiento moral y apoyo económico.

Pregunta 5:

¿Cómo considera usted más productivo y cómodo estudiar Inglés?

Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
En grupo:	39	75%
Individual:	11	21%
NR	2	4%
TOTAL	52	100%



Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Es mejor por que se comparte inquietudes en clase, hay ayuda entre compañeros. (en grupo)	31	60%
Respuesta B: se enfoca en las necesidades específicas, se observa proceso y facilita el proceso. (individual)	8	15%
NR: en grupo	9	17%
NR: individual	4	8%
TOTAL	52	100%

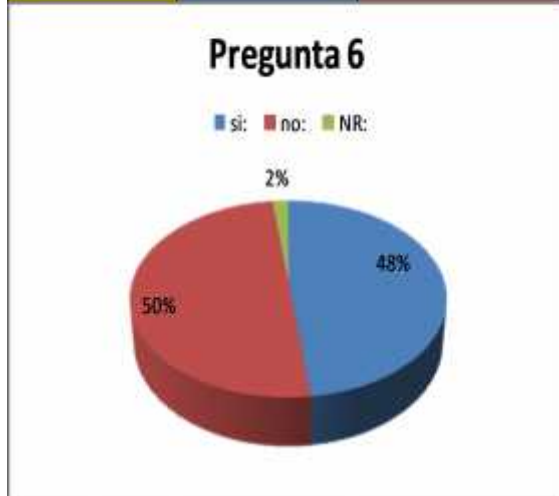


En la pregunta 5 nos enfocamos en el tema del estudio grupal o individual donde los encuestados se encuentran un poco más cómodos estudiando en grupo con un 75% que en forma individual representado con un 25%, esto se da porque consideran que en grupo respondiendo un 60% que hay una cooperación entre compañeros, se comparten inquietudes, pero un 15% de las respuestas, en los que se sienten un poco mejor de forma individual argumentan que hay un mejor proceso y hay un enfoque en las necesidades específicas.

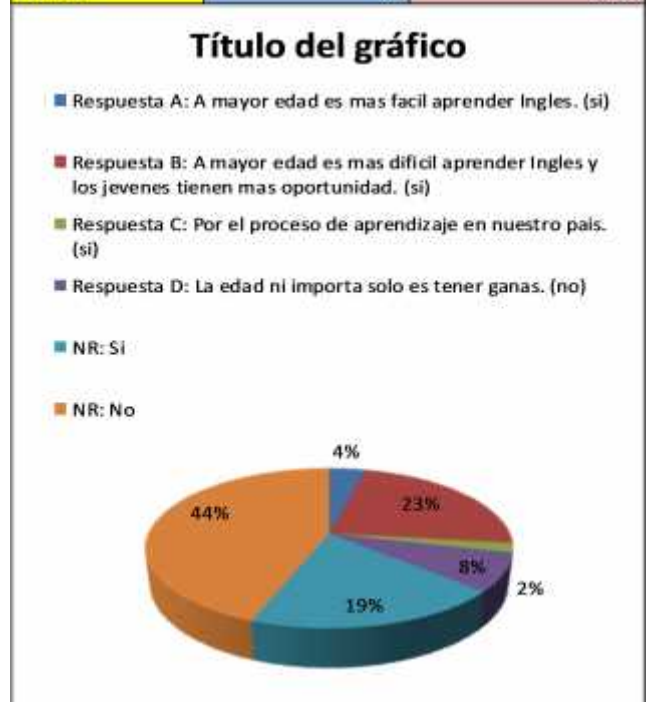
Pregunta 6:

¿Considera usted que la edad influye en el aprendizaje del Inglés?

Pregunta 6:	Cantidad	Porcentaje
si:	25	48%
no:	26	50%
NR:	1	2%
TOTAL	52	100%



Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: A mayor edad es mas facil aprender Ingles. (si)	2	4%
Respuesta B: A mayor edad es mas dificil aprender Ingles y los jevenes tienen mas oportunidad. (si)	12	23%
Respuesta C: Por el proceso de aprendizaje en nuestro pais. (si)	1	2%
Respuesta D: La edad ni importa solo es tener ganas. (no)	4	8%
NR: Si	10	19%
NR: No	23	44%
TOTAL	52	100%



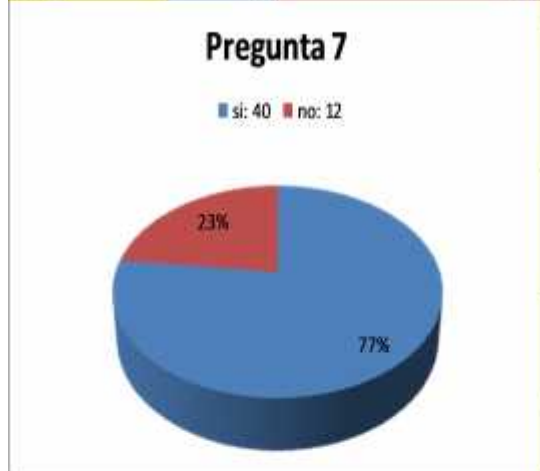
Ya hablando en terminamos de la edad, vemos que un 50% de los encuetados consideran que la edad no influye en el aprendizaje y donde

un 48% responde que si, esto es argumentado de esta forma se dice que a mayor edad es más difícil aprender lo que no pasa con los adolescentes.

Pregunta 7:

¿Siente usted motivación para estudiar Inglés y utilizarlo fuera del ámbito académico?

Pregunta 7:	Cantidad	Porcentaje
si: 40	40	77%
no: 12	12	23%
TOTAL	52	100%



Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Utilizarlo para efectos de viajes al exterior. (si)	14	27%
Respuesta B: Utilizarlo en ambito laboral. (si)	10	19%
Respuesta C: Utilizarlo en el ambito academico. (si)	4	8%
Respuesta D: por que es mi decisión. (si)	1	2%
Respuesta E: En lo laboral. (no)	1	2%
NR: Si	11	21%
NR: No	11	21%
TOTAL	52	100%

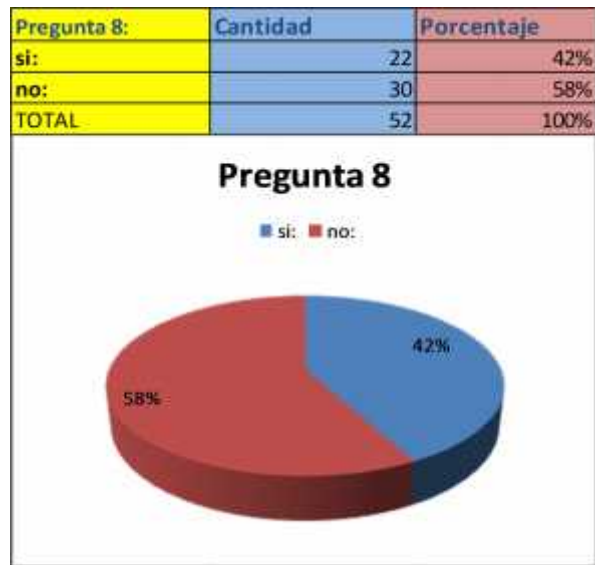


En términos de utilizar ingles fuera del ámbito académico

tenemos que un 77% de los estudiantes presentan motivación, esto es porque consideran que es indispensable para viajes en el exterior, para afectos de trabajo y en el ámbito académico. Frente a un 23% que no.

Pregunta 8:

¿Ha estudiado Inglés antes?



En un 42% de los encuestados han estudiado ingles antes frente a un 58% que no.

Pregunta 9:

¿Cree usted que la presión por parte del sector productivo influye en el aprendizaje del idioma Inglés?

Pregunta 9:	Cantidad	Porcentaje
si: 43	43	83%
no: 9	9	17%
TOTAL	52	100%



Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Por que al tener una segunda lengua se puede acceder a mejores oportunidades trabajo. (si)	11	21%
Respuesta B: Por que es una necesidad para la vida cotidiana. (si)	8	15%
Respuesta C: Por la comtitividad del medio y el mundo globalizado. (si)	8	15%
NR: Si	16	31%
NR: No	9	17%
TOTAL	52	100%



Al analizar factores externos vemos que el sector productivo es muy influyente, donde genera presión sobre la población educativa dado que en un 83% de los encuestados consideran esto frente a un 17 que no. Los argumentos que presentas son que: al tener la lengua se pueden tener mejores oportunidades, porque el día a día está requiriendo le lengua y por la globalización.

Pregunta: 10

¿Es usted consciente de que aprender una lengua extranjera es el camino para comprender otra cultura?

Pregunta 10:	Cantidad	Porcentaje
si:	44	85%
no:	8	15%
TOTAL	52	100%



Es sorprendente que los estudiantes encuestados en un 85% son conscientes de que la lengua da cuenta de la cultura de un sector determinado y solo un 15% lo considera aislado. Argumentando para la facilidad de la comunicación.

Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Si por que esto facilita la comunicaci3n y la compresi3n de una cultura diferente. (si)	22	42%
Respuesta B: Es necesario comprenderlo. (si)	2	4%
Respuesta C: eso da al ir al lugar determinado. (no)	1	2%
Respuesta D: Pero no es la unica forma de hacerlo. (Si)	1	2%
NR: Si	19	37%
NR: No	7	13%
TOTAL	52	100%



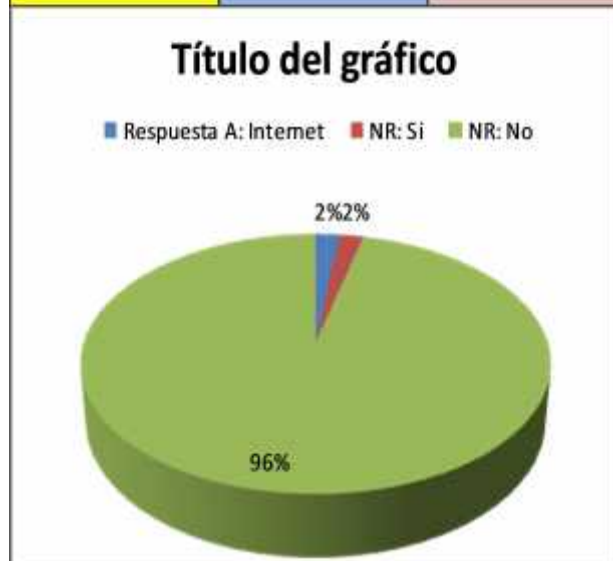
Pregunta: 11

¿Tiene usted un grupo para estudiar Inglés, aparte del curso regular?

Pregunta 11:	Cantidad	Porcentaje
si:	2	4%
no:	50	96%
TOTAL	52	100%



Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Internet	1	2%
NR: Si	1	2%
NR: No	50	96%
TOTAL	52	100%



Vemos que la pregunta sobre el apoyo que el estudiante tiene fuera del aula de clase en términos de grupo de apoyo se puede observar que solo el 4% lo tiene, frente a un 96% que no. Esto quiere decir que el estudiante solo se limita a trabajar en el aula de clase.

Pregunta: 12

¿Siente usted temor de hablar Inglés en Público?

Pregunta 12:	Cantidad	Porcentaje
si: 40	40	77%
no: 12	12	23%
TOTAL	52	100%



Pregunta 5:	Cantidad	Porcentaje
Respuesta A: Por que me da pena, miedo, inseguridad y hace falta practica. (si)	28	54%
Respuesta B: y no estoy de acuerdo que en 6 meses ustedes pretendan que lo hagamos bien. (si)	1	2%
Respuesta C: se quita el temor con la practica. (no)	1	2%
NR: Si	11	21%
NR: No	11	21%
TOTAL	52	100%



Para la pregunta sobre el expresarse oralmente en ingles en unclase de ingles vemos que un

77% de los estudiantes presentan cierto temor al trabajar esta competencia donde la inseguridad y el miedo a equivocarse son notoramente influyentes.

REFERENCIA

ORDORICA, Daniel. "Motivación de los alumnos universitarios para estudiar inglés como lengua extranjera". En *Leaa Lenguas en Aprendizaje Autodirigido. Revista Electrónica de la Mediateca del CELE-UNAM*. [en línea] México: UNAM, CELE, 2010. Año 3, Núm. 2. Disponible en Internet: [http://cad.cele.unam.mx/leaa/cnt/año03/num01/Nombre del archivo/0302a04.pdf](http://cad.cele.unam.mx/leaa/cnt/año03/num01/Nombre%20del%20archivo/0302a04.pdf)
ISSN 1870-5820.

SOLANA, R. *Administración de Organizaciones*. Buenos Aires: Ediciones Interoceánicas, 1993. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos5/moti/moti.shtml#desa>

HUSSIN, S. "Sustaining an Interest in Learning English and Increasing the Motivation to Learn English: An Enrichment Program". En *The Internet TESL Journal*. [en línea] Vol. VII, Núm. 5, Mayo, 2001. Disponible en Internet: <http://iteslj.org/Techniques/Hussin-Motivation/>

WILLIAMS, M. y BURDEN, R. *What makes a person want to learn? Motivation in language learning*. Disponible en Internet: <http://cad.cele.unam.mx/formasesores/modulo3m3u2ea2tx01.htm>

GEEN. *Motivation*. 1995. Disponible en Internet: <http://en.wikipedia.org/wiki/Motivation>

DICKINSON, L. *Self –instruction in Language learning*. Cambridge University Press: Cambridge, 1987.

KOONTZ, H. y WEHRICH, H. *Administración, una Perspectiva Global*. 11ª. Edición. Mc Graw

Hill: México, 1999. pp. 501. Citado por: LÓPEZ, Adriana. La Motivación Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos5/moti/moti.shtml#desa>

KOLB, David A. *Learning Style Inventory*. 1984. Citado por: LAZEAR, D. 1991.

Disponible en Internet:

http://www.hayresourcesdirect.haygroup.com/Learning_SelfDevelopment/Assessments_surveys/Learning_Style_Inventory/Overview.asp

BAÑUELOS, A. "Motivación Escolar: Una Propuesta Didáctica". En Revista *Perfiles Educativos*. México, 1990. Núm. 49 -50, Jul. – dic., 1990.

MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, (2002).

Disponible en Internet: <https://www.forem.es/assets/files/mcerl.pdf>

MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL, serie Lineamientos curriculares.

Disponible en Internet: http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-339975_recurso_7.pdf

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIO DE ENVIGADO, Archivos confidenciales, (2012, 2013).

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIO DE ENVIGADO, Nuestra institución, (1996).

Disponible en Internet: <http://www.iue.edu.co/portal/index.php/nuestra-institucion>

ICFES, Pruebas saber pro, (2014). Disponible en Internet:

<http://www.icfes.gov.co/examenes/saber-pro>

MARCA PAIS COLOMBIA, Medellín, ciudad de los grandes eventos, (2014).

Disponible en Internet: <http://www.colombia.co/inversion/medellin-la-ciudad-de-los-grandes-eventos.html>

MIGRACION COLOMBIA, Caracterización sociodemográfica y laboral de los trabajadores temporales extranjeros en Colombia: una mirada retrospectiva, (2013).

JURADO JURADO, Juan Carlos. CIUDAD EDUCADORA. APROXIMACIONES CONTEXTUALES Y CONCEPTUALES Estudios Pedagógicos, núm. 29, (2003), pp. 127-142, Universidad Austral de Chile.