

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



**“IMPACTO DEL MANEJO DEL IDIOMA INGLÉS EN INGENIEROS
COMERCIALES DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO TITULADOS DE
UNIVERSIDADES DEL CRUCH”**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN LA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

PROFESOR GUÍA: GLORIA DEL REAL FERNÁNDEZ

ALUMNA: MACARENA BAEZ MORENO

VIÑA DEL MAR, 2015

DEDICATORIA

Dedicada a mi familia, amigos y a Leonardo.

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos a mi profesora guía Gloria Del Real, quien me enseñó las bondades de la puntualidad, y me mostró el mundo de la investigación de mercados, área en la que hoy me desempeño.

Especiales agradecimientos a mis profesores, Aníbal Vallejo, Juan Manuel Muñoz y Luz Arévalo, que me enseñaron a superar mis dificultades a lo largo de toda esta hermosa carrera. También a mis amigas Valeria, Carolina, Muriel, Ana María y Mary Anne.

INDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

INDICEi

RESUMENv

ABSTRACTvi

INTRODUCCIÓN 1

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO 3

1.1.2 Investigación de Mercados según la American Marketing Association ... 3

1.1.3 Investigación de Mercados según Naresh K. Malhotra 3

1.2 Proceso de Investigación de Mercados 4

1.2.1 Definición del problema..... 4

1.2.2 Proceso de definición del problema 4

1.2.2.1 Entrevistas con expertos 4

1.2.2.2 Análisis de datos secundarios 5

1.2.2.3 Confiabilidad de datos secundarios 5

1.2.3 Elaboración de un método para resolver el problema..... 5

1.2.4 Diseño de la investigación 6

1.2.4.1 Investigación Exploratoria	6
1.2.4.2 Investigación Descriptiva	6
1.2.4.3 Elección del método de encuesta.....	6
1.2.4.4 Ventajas del método de encuesta en internet	7
1.2.5 Preparación y análisis de datos	7
1.2.5.1 Verificación del cuestionario	7
1.2.5.2 Tratamiento de las respuestas insatisfactorias.....	8
1.2.5.3 Presentación de informe.....	8
1.3 La carrera de Ingeniería Comercial en Chile	9
1.3.1 Campo educacional	9
1.3.2 Habilidades y capacidades	10
1.3.3 Titulados de Ingeniería Comercial.....	10
1.3.4 Ingresos brutos mensuales	11
1.3.4.1 Ingresos brutos mensuales por tramos	12
1.3.5 Empleabilidad.....	13
1.3.6 Matriculados.....	14
1.3.7 Ingeniería Comercial en la Región de Valparaíso	15
1.3.7.2 Matriculados en la Región de Valparaíso	17
1.4 Consejo de Rectores de las Universidades de Chile (CRUCH).....	18

1.4.1 Empleabilidad universidades del CRUCH de la Región de Valparaíso.	19
1.5 Certificados internacionales de inglés	19
1.5.1 TOEIC (Test of English for International Communication):	20
1.5.2 TOEFL (Test of English as a foreign language):	20
1.5.3 Exámenes Cambridge:.....	20
1.5.4 IELTS (International English Language Testing System):.....	21
1.6 Empleabilidad:	21
CAPITULO II	22
2.1 Entrevista Gerente General <i>Laborum.com</i>	22
2.2 Investigación descriptiva.....	23
2.2.1 Diseño de la encuesta dirigida a titulados.....	24
2.2.1.1 Universo a investigar	24
2.2.1.2 Unidades de muestreo	25
2.2.1.3 Determinación del tamaño de la muestra	26
2.2.1.4 Técnicas de encuesta y aplicación.....	27
2.3 Análisis de base de datos de First Job respecto a nivel de inglés exigido por las empresas	28
2.4 Análisis desde el punto de vista empresarial respecto al proceso de selección.....	29

CAPITULO III	33
3. Análisis y resultados de la investigación	33
3.1 Resultados encuesta dirigida a titulados año 2014 de Ingeniería Comercial.	33
3.2 Resultados de análisis del nivel de inglés declarado por titulados de la carrera de Ingeniería Comercial	38
3.3 Nivel de inglés exigido por las empresas.....	40
3.3.1 Exigencia de inglés por parte de las empresas.....	41
3.3.2 Áreas de la empresa con requerimiento de idioma inglés.....	43
CONCLUSION	46
BIBLIOGRAFÍA	vii
ANEXOS	viii

RESUMEN

La siguiente investigación titulada “Impacto del manejo del idioma inglés en Ingenieros Comerciales de la Región de Valparaíso titulados de universidades del CRUCH” tiene como objetivo realizar un diagnóstico desde el punto de vista de los profesionales, empresas y portales de empleos, del nivel de inglés que existe en las universidades mencionadas y sus beneficios en términos de empleabilidad y crecimiento profesional.

ABSTRACT

The following investigation titled “The Impact of the English fluency of Business Management graduates from CRUCH universities, Valparaíso region” has as purpose to make a diagnosis from the point of view of graduates, companies and job portals, about the English level that exists in the mention universities and it’s benefits in terms of employability and professional growth.

INTRODUCCIÓN

La amplia oferta de Ingenieros Comerciales en Chile hace necesaria la búsqueda de competencias y habilidades que los diferencie y destaque por sobre el resto de profesionales para así poder optar a mejores oportunidades laborales.

Debido a la creciente globalización e internacionalización de las empresas en el país, el idioma inglés es hoy una herramienta fundamental para los negocios y para el desarrollo profesional.

El inglés permite a las personas ampliar sus conocimientos mediante capacitaciones en el extranjero y a las empresas les permite abrirse al comercio internacional y a expandirse mediante negociaciones con otros países, es por esto que el dominio de este segundo idioma es valorado monetariamente por las organizaciones y le otorga al profesional una fortaleza.

El propósito de esta investigación es hacer un diagnóstico respecto al real nivel de inglés de los Ingenieros Comerciales de la Región de Valparaíso y determinar cuáles son las exigencias de las grandes empresas respecto al manejo de este idioma para finalmente identificar cuáles son las ventajas de ser un Ingeniero Comercial que domina el idioma inglés.

Objetivo General: Determinar y cuantificar las ventajas de dominar el idioma inglés siendo Ingeniero Comercial titulado de las universidades del consejo de rectores de la Región de Valparaíso.

Objetivos Específicos:

- Determinar el nivel de inglés de titulados
- Determinar el nivel de inglés exigido por las empresas
- Determinar las ventajas que posee un Ingeniero Comercial que sabe inglés

Justificación y viabilidad: Hoy en día dominar el idioma inglés permite no solo ampliar las posibilidades laborales, sino que también facilita el ascenso jerárquico dentro de una empresa.

Estudios recientes demuestran las ventajas de ser un profesional bilingüe en Chile, pero no hay estudios acotados a la carrera de Ingeniería Comercial en la Región de Valparaíso, es por esto que se justifica realizar esta investigación.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 La Investigación de Mercados

La Investigación de Mercados es una herramienta fundamental del Marketing para la toma de decisiones, existen variadas definiciones de esta disciplina y para esta investigación nos centraremos en las siguientes.

1.1.2 Investigación de Mercados según la American Marketing Association

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; generar y evaluar las actividades de marketing; supervisar el desempeño del marketing, y acrecentar la comprensión del marketing como un proceso.”¹

1.1.3 Investigación de Mercados según Naresh K. Malhotra

“Es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada

¹American Marketing Association, 2004.<http://www.ama.org>

con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing.”²

1.2 Proceso de Investigación de Mercados

1.2.1 Definición del problema

Es de suma importancia definir claramente el problema de investigación de mercados antes de proceder con las siguientes etapas del proyecto, para esto se debe detectar una problemática general e identificar sus componentes específicos.

1.2.2 Proceso de definición del problema

1.2.2.1 Entrevistas con expertos

Una de las mejores fuentes de información relevante sobre el tema a investigar es directamente desde los expertos del sector, el procedimiento para llevar a cabo entrevistas con expertos consiste en realizar una conversación no estructurada para captar las ideas y opiniones de los entrevistados.

²Malhotra, Naresh k. “Investigación de Mercados”, página 7, 2004.

1.2.2.2 Análisis de datos secundarios

Otra de las metodologías que nos permiten definir claramente el problema de investigación, es el análisis de datos secundarios.

Los datos secundarios son aquellos que ya fueron recolectados para otros fines distintos al problema que se enfrenta, estos datos son una fuente económica y rápida de información general.

1.2.2.3 Confiabilidad de datos secundarios

Se debe comprobar que la obtención de datos secundarios provenga de fuentes confiables tales como gubernamentales, empresas privadas de investigación o bases de datos automatizadas.

1.2.3 Elaboración de un método para resolver el problema

1.2.3.1 Modelo analítico

Representación verbal, gráfico o matemático de un conjunto de variables y sus interrelaciones, en los modelos verbales las variables se explican por escrito, en los gráficos son visuales y los modelos matemáticos explican las relaciones entre variables generalmente mediante ecuaciones.

1.2.4 Diseño de la investigación

1.2.4.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria tiene como objetivo explorar e indagar en el entorno de nuestra problemática para así obtener la mayor cantidad de información posible y lograr una mejor comprensión del tema, en este tipo de investigación también se utilizan entrevistas a expertos y análisis de datos secundarios para identificar diversas acciones a seguir o bien para establecer hipótesis.

La investigación exploratoria es flexible y versátil, por ende, es posible descubrir nuevas ideas o conocimientos durante este proceso.

1.2.4.2 Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación implica la descripción de característica o funciones reales del mercado y por lo general se basa en muestras representativas grandes.

La investigación descriptiva incluye las metodologías de datos secundarios analizados de manera cuantitativa, encuestas, grupos y datos de observación.

1.2.4.3 Elección del método de encuesta

La encuesta se define como “Cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que se diseña para obtener información específica”.

Las encuestas se pueden aplicar en cuatro modos principales, por teléfono, personales, por correo y electrónica. Respecto al modo de aplicación, estas se diferencian por costo, velocidad, conveniencia social, anonimato percibido, tasa de respuesta y cantidad de datos.

1.2.4.4 Ventajas del método de encuesta en internet

La mayor ventaja que se obtiene de este método es el bajo costo que este presenta y la alta velocidad en que se pueden recopilar los datos, tiene además un alto grado de anonimato percibido por lo que hay menos posibilidades de que los encuestados mientan o disfracen la realidad por conveniencia social.

1.2.5 Preparación y análisis de datos

1.2.5.1 Verificación del cuestionario

Es importante comprobar que los cuestionarios estén completos y que las entrevistas sean de calidad, un cuestionario puede ser inaceptable si tiene partes incompletas, si el cuestionario tiene poca variación en sus respuestas o si el cuestionario fue contestado por alguien que no califica para participar.

Los cuestionarios deben ser revisados para asegurarnos de que sirvan para nuestra investigación.

1.2.5.2 Tratamiento de las respuestas insatisfactorias

Hay distintas formas de tratar nuestras respuestas insatisfactorias, para muestras pequeñas resulta fácil volver a realizarlas ya que no significa un gran gasto de tiempo o dinero, sin embargo, los datos obtenidos por segunda vez pueden variar a los datos originales por cambios externos o bien cambios en el método de encuesta. Cuando la proporción de entrevistados insatisfactorios es baja y la muestra es muy grande para repetir las encuestas, se procede a descartar aquellos encuestados insatisfactorios.

1.2.5.3 Presentación de informe

Para la presentación del informe final, se deben considerar los factores de legibilidad, brevedad, apariencia presentable y profesional, como también, el refuerzo del texto con tablas y gráficas

El informe presenta una sección con los resultados de la investigación, estos deben estar organizados de manera coherente y lógica. Junto con los resultados, el investigador debe presentar una interpretación de estos en el contexto del problema abordado para llegar a conclusiones sólidas.

1.3 La carrera de Ingeniería Comercial en Chile

La carrera de Ingeniería Comercial tiene su origen en el año 1903 en la *Ecole de Commerce Solvay*, Universidad Libre de Bruselas. En Chile se imparte por primera vez en el año 1953 con la creación de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Chile.

1.3.1 Campo educacional

El Ingeniero Comercial se desempeña profesionalmente en las siguientes funciones:

- Investigador académico y docente
- Profesional independiente como asesor de empresas, consultor o empresario
- Administrador o ejecutivo en áreas de producción, comercialización, finanzas, recursos humanos, marketing y dirección general.

La Ingeniería Comercial pretende formar profesionales integrales capaces de resolver los desafíos de eficiencia, globalización e innovación en las distintas organizaciones en las que se desempeñen.

1.3.2 Habilidades y capacidades

Según la Comisión Internacional de Acreditación de Chile³, el proceso formativo del Ingeniero comercial debe permitir la adquisición de habilidades y capacidades para:

- Ser un profesional creativo e innovador
- Liderar y motivar eficazmente a un equipo de trabajo
- Enfrentar problemas con visión estratégica
- Trabajar e integrarse eficazmente a un equipo
- Seleccionar, integrar y aplicar conocimientos
- Integrarse a equipos o departamentos de estudios
- Comunicarse a nivel básico en inglés u otro segundo idioma y comprender publicaciones técnicas de su profesión escritas en inglés.

1.3.3 Titulados de Ingeniería Comercial

Según el más reciente estudio realizado por el Ministerio de Educación, en Chile existen 60 universidades de las cuales 54 imparten la carrera de Ingeniería

³<https://www.cnachile.cl>

Comercial, este estudio también resultó en un total de 5.418 titulados para el año 2013 de los cuales 2520 fueron mujeres y 2898 fueron hombres⁴.

Gráfico de titulados 2013

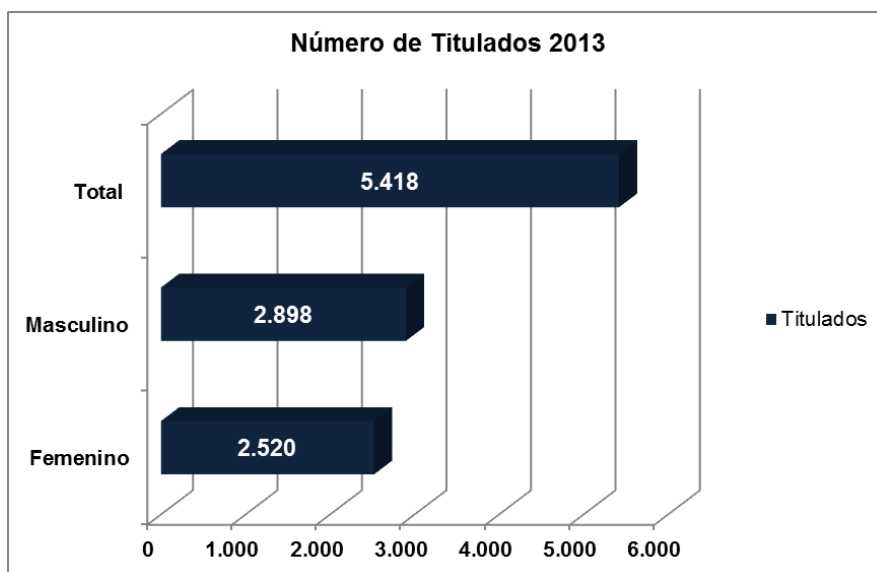


Gráfico 1.1 Fuente: Ministerio de Educación, Gobierno de Chile

1.3.4 Ingresos brutos mensuales

El promedio de ingresos mensuales brutos al primer año de titulación supera el millón de pesos para los Ingenieros comerciales.

⁴ Estudio realizado por plataforma mifuturo.cl del Ministerio de Educación del Gobierno de Chile el 2014. <http://www.mifuturo.cl>

Gráfico de ingresos brutos mensuales

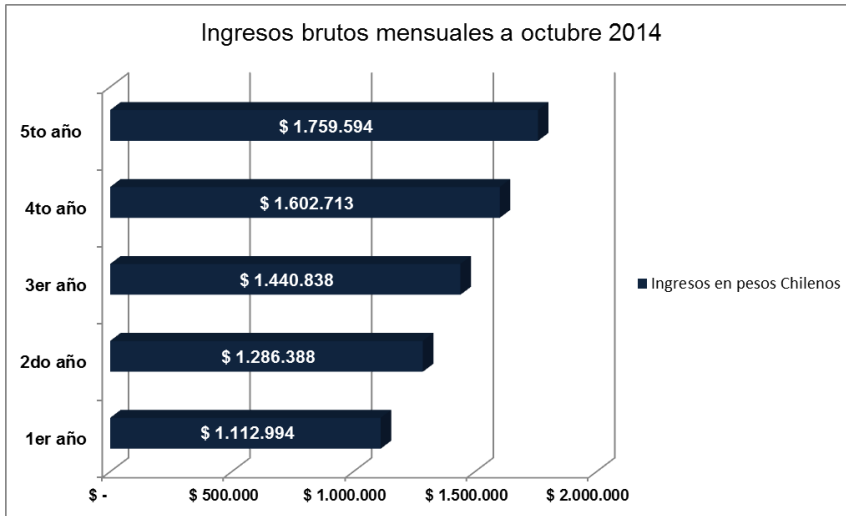


Gráfico 1.2 Fuente: Ministerio de Educación, Gobierno de Chile

1.3.4.1 Ingresos brutos mensuales por tramos

Gráfico de ingresos brutos mensuales por tramos

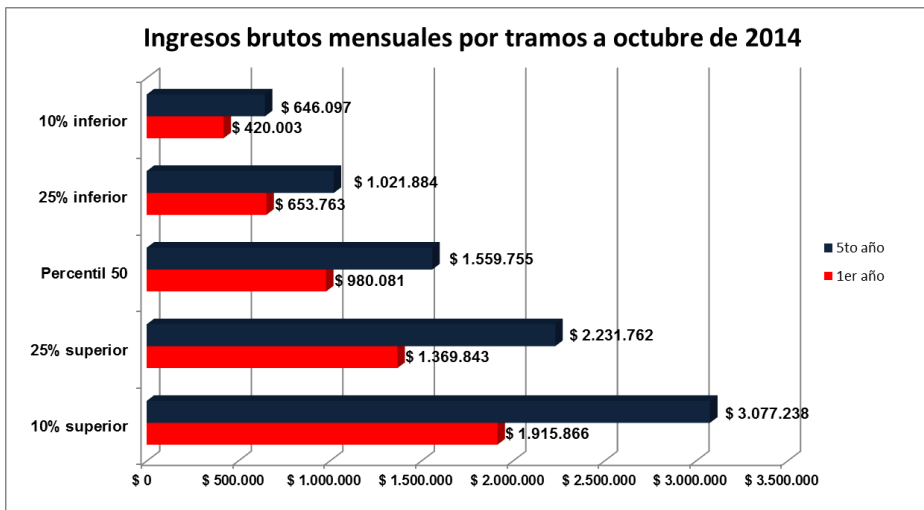


Gráfico 1.3 Fuente: Ministerio de Educación, Gobierno de Chile

Los tramos de ingresos muestran las diferencias de ingresos en la carrera de Ingeniería comercial. El 10% superior indica que al 5to año de titulado un Ingeniero Comercial puede llegar a ganar \$3.077.238, en comparación con un profesional titulado hace 1 año que puede llegar a ganar \$1.915.866.

1.3.5 Empleabilidad

La empleabilidad se refiere a la proporción de titulados de Ingeniería Comercial que obtienen un ingreso superior al ingreso mínimo⁵ al cabo del primer y segundo año después de su titulación.

La carrera de Ingeniería Comercial posee una alta empleabilidad debido a su amplio campo laboral y las diversas herramientas que se le entregan al profesional para ejercer en diferentes áreas dentro de las organizaciones.

⁵ Ingreso mínimo mensual a Julio 2015: \$241.000 pesos chilenos, fuente: Dirección del trabajo, Gobierno de Chile.

Gráfico de empleabilidad al primer y segundo año posterior a la titulación de las cohortes 2010, 2011 y 2012.

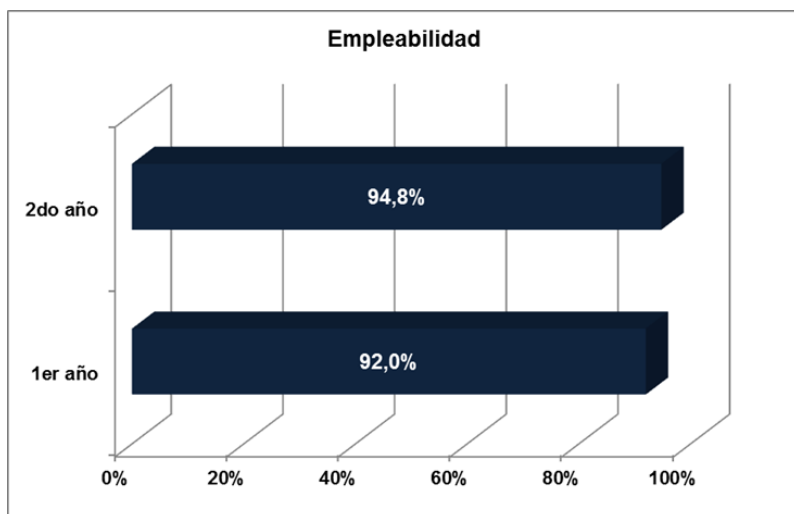


Gráfico 1.4 Fuente: Ministerio de Educación, Gobierno de Chile

1.3.6 Matriculados

Los alumnos matriculados de Ingeniería Comercial para el año 2014 fueron 9.853 de los cuales un 43.54% fueron mujeres y un 56.46% fueron hombres.

El total de alumnos matriculados en la educación superior para el 2014 según el Consejo Nacional de Educación fue de 1.182.617 por lo que los matriculados en Ingeniería comercial representan un 0.83% de los matriculados del país.

El porcentaje de retención al primer año es de un 80,6 y al segundo año es de un 71,0.⁶

Gráfico de matriculados al primer año 2014

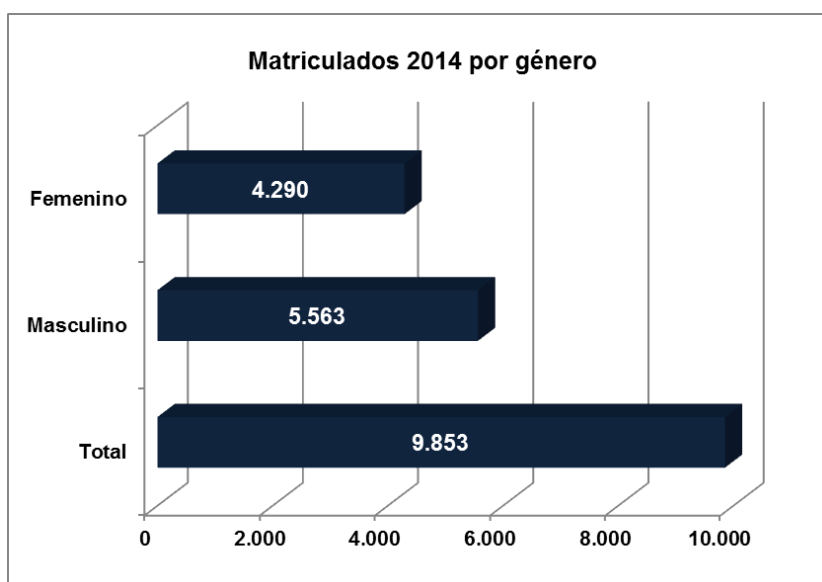


Gráfico 1.5 Fuente: Ministerio de Educación, Gobierno de Chile

1.3.7 Ingeniería Comercial en la Región de Valparaíso

10 Universidades imparten la carrera de Ingeniería Comercial en la Región de Valparaíso en las modalidades diurno o vespertino y con un promedio de 10 semestres de duración cada una, estas son las siguientes:

- Universidad de Valparaíso

⁶ Servicio de Información de Educación Superior del Ministerio de Educación de Chile, www.sies.cl

- Universidad Adolfo Ibáñez
- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
- Universidad Viña del Mar
- Universidad Tecnológica de Chile
- Universidad Técnica Federico Santa María
- Universidad Andrés Bello
- Universidad Santo Tomás
- Universidad de las Américas
- Universidad Aconcagua

1.3.7.1 Costos

Los costos se analizaron en base al arancel anual 2015 y el costo de titulación para las carreras de Ingeniería comercial de las universidades de la Quinta Región impartidas en jornada diurna, a excepción de la Universidad Tecnológica de Chile que solo imparte la carrera en jornada vespertina.

Tabla de costos de las carreras de Ingeniería Comercial de la región

INSTITUCIÓN	ARANCEL ANUAL 2015	COSTO TITULACIÓN
Universidad de Valparaíso	\$ 2.617.000	\$ 173.000
Universidad Técnica Federico Santa María	\$ 3.903.000	\$ 0
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	\$ 3.764.000	\$ 73.000
Universidad Santo Tomás	\$ 2.850.000	\$ 110.000
Universidad de las Américas	\$ 2.622.000	\$ 94.040
Universidad Andrés Bello	\$ 3.540.289	\$ 270.897
Universidad de Viña del Mar	\$ 3.161.970	\$ 60.000
Universidad Adolfo Ibañez	\$ 4.674.000	\$ 65.000
Universidad de Aconcagua	\$ 1.501.000	\$ 416.931
Universidad Tecnológica de Chile	\$ 1.688.000	\$ 100.000

Tabla 1.1 Fuente: Elaboración propia

1.3.7.2 Matriculados en la Región de Valparaíso

Tabla de matriculados de Ingeniería comercial en la Quinta Región

AÑO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
MATRICULADOS	539	646	747	808	867	957	945	1.015	1.034	1.042	1.098

Tabla 1.2 Fuente: Consejo Nacional de Educación www.cned.cl

Los matriculados al primer año de la carrera de Ingeniería Comercial de la Región de Valparaíso han ido creciendo notoriamente. Desde el año 2005 hasta la fecha

se ha visto un aumento del 103,7% de matriculados en las diferentes instituciones que la imparten.

1.4 Consejo de Rectores de las Universidades de Chile (CRUCH)

“El Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas es una persona jurídica de derecho público, de administración autónoma, creado por ley el 14 de agosto de 1954, como un organismo de coordinación de la labor universitaria de la nación.”⁷

El CRUCH está compuesto por rectores de 25 universidades chilenas, y es el responsable de la creación del sistema único de selección universitaria que existe en el país, la Prueba de Selección Universitaria (PSU), su función general es la coordinación de la labor universitaria.

Las universidades de la Región de Valparaíso que pertenecen al CRUCH son la Universidad de Valparaíso, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y la Universidad Técnica Federico Santa María.

⁷ http://www.consejoderectores.cl/web/consejo_aporte.php

1.4.1 Empleabilidad universidades del CRUCH de la Región de Valparaíso

Universidad	Empleabilidad al primer año
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	91.7 %
Universidad de Valparaíso	90.7%
Universidad Técnica Federico Santa María	93.5 %

Fuente: www.mifuturo.cl

Empleabilidad al primer año de titulación: corresponde al porcentaje de titulados de las cohortes 2010, 2011 y 2012 que, teniendo información sobre ingresos, obtuvieron ingresos iguales o superiores al sueldo mínimo en el primer año después de su titulación.⁸

1.5 Certificados internacionales de inglés

Existen diferentes exámenes de inglés con reconocimiento internacional que pueden ser rendidos en Chile, estos son gestionados por entidades norteamericanas como son el TOEIC y TOEFL, y por entidades británicas como los certificados de Cambridge y el IELTS.

⁸ <http://mifuturo.cl>

1.5.1 TOEIC (Test of English for International Communication):

Este examen busca certificar el nivel de inglés en un entorno laboral, está orientado al inglés empresarial y tiene un valor de \$49.990 pesos chilenos, mide el inglés de tipo norteamericano y es gestionado por el Educational Testing Service (ETS).⁹

1.5.2 TOEFL (Test of English as a foreign language):

Utilizado para certificar inglés con objeto de estudios en el extranjero o bien para obtener una beca de trabajo o estudio, tiene un valor de USD\$225 y mide el inglés de tipo norteamericano. Este examen puede ser rendido 2 veces al año en la Región de Valparaíso y es gestionado por la ETS.¹⁰

1.5.3 Exámenes Cambridge:

La Universidad de Cambridge y su departamento de English for Speakers of Other Languages (ESOL) establece niveles de competencia lingüística estandarizados en el manejo profesional de la lengua inglesa a través de varios exámenes, entre ellos los más comunes son el Key of English Test (KET), Preliminary English Test (PET), First Certificate in English (FCE), Certificate in Advance English (CAE), y el Certificate in Proficiency English (CPE). Este examen mide el inglés británico y

⁹ <http://www.ets.org/toEIC>

¹⁰ <http://www.ets.org/es/toefl>

tiene un valor de USD\$200, sirve para certificar el nivel de inglés de manera académica.¹¹

1.5.4 IELTS (International English Language Testing System):

Esta prueba es gestionada por la Universidad de Cambridge, el British Council y IDP Education Australia y es requerido para realizar estudios superiores en el extranjero. Tiene un valor de USD\$200 y utiliza el inglés de tipo británico.¹²

1.6 Empleabilidad:

Básicamente se refiere a la habilidad para obtener o conservar un empleo, (Weinberg, 2004), define la palabra de la siguiente forma, “la empleabilidad abarca las calificaciones, los conocimientos y las competencias que aumentan la capacidad de los trabajadores para conseguir y conservar un empleo, mejorar su trabajo y adaptarse al cambio, elegir otro empleo cuando lo deseen o pierdan el que tenían e integrarse más fácilmente en el mercado de trabajo en diferentes periodos de su vida”

¹¹ <http://www.cambridgeenglish.org>

¹² <http://www.ielts.org>

CAPITULO II

2. Metodología de investigación

2.1 Entrevista Gerente General *Laborum.com*

Para definir la orientación de esta investigación se realizó una entrevista el día 1 de junio del 2015 a María Angélica Zulic, Gerente General de la plataforma chilena virtual de reclutamiento *Laborum.com*, sobre la importancia del manejo del idioma inglés hoy en los negocios.

La entrevista se realizó en forma de una conversación fluida para permitirle al entrevistado expresar ideas y opiniones a medida que avanzaba la conversación.

Se escogió este sitio de empleos por poseer la mayor cantidad de datos en cuanto a ofertas de trabajo y currículos en Chile, ya que tiene más de 2.000.000 de usuarios y más de 50.000 empresas registradas en su base de datos.

Con esta entrevista se obtuvieron los siguientes datos:

- Dominar un segundo idioma aumenta las posibilidades de obtener un empleo y mejora las expectativas en cuanto a renta.
- Tener conocimientos acabados de inglés permite acceder a una mayor remuneración ya que hoy las empresas están dispuestas a pagar por ese conocimiento.

- Una persona que maneja el idioma inglés gana un 30% más que aquellas que no lo manejan.
- Cuando una oferta de empleo enfatiza en la necesidad de un perfil en el que el candidato hable inglés, es porque realmente en una necesidad para ese puesto y se debe tener en consideración que la entrevista sea en inglés para comprobar que el candidato no exageró en cuanto a sus habilidades en este aspecto.
- En los procesos de selección además de rendir pruebas de conocimiento y pruebas psicológicas, ahora también se mide el inglés y muchas veces es un decidor cuando los perfiles son similares.
- En el campo económico y de los negocios, se escribe, se habla y se lee en inglés. Las principales aerolíneas, por ejemplo, lo han adoptado como un idioma oficial, lo mismo ocurre en las relaciones diplomáticas.

En base a los datos obtenidos se definieron los puntos a investigar respecto al impacto del manejo del idioma inglés en los Ingenieros Comerciales de la Región de Valparaíso.

2.2 Investigación descriptiva

Para obtener información concreta acerca del nivel de inglés de los Ingenieros Comerciales, se procedió a realizar una investigación que consta de 4 partes.

- Encuestas dirigidas a recientes titulados de la carrera de Ingeniería Comercial de la Quinta Región.
- Análisis del nivel de inglés declarado por Ingenieros Comerciales al momento de buscar empleo.
- Análisis del nivel de inglés exigido por las empresas al reclutar Ingenieros Comerciales.
- Entrevistas a reclutadores o profesionales encargados de los procesos de selección al contratar Ingenieros Comerciales.

2.2.1 Diseño de la encuesta dirigida a titulados

2.2.1.1 Universo a investigar

Para esta investigación se tomó como universo a las carreras de Ingeniería Comercial de las universidades de la Quinta Región que pertenecen al Consejo de Rectores de las universidades de Chile, las cuales son: la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Valparaíso, Casa Central, la Escuela de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica Federico Santa María, Casa Central.

Se determinó que los individuos a investigar serían todos aquellos titulados de las carreras mencionadas anteriormente para el año 2014.

La cantidad de titulados de Ingeniería Comercial para el año 2014 para cada universidad se puede ver en la tabla a continuación.

Universidad de Valparaíso	93
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	76
Universidad Técnica Federico Santa María	64
Total	233

Las cifras se obtuvieron desde los departamentos de docencia de cada universidad de acuerdo a los registros de sus respectivos sistemas académicos.

2.2.1.2 Unidades de muestreo

El total de titulados es de 233 y se procederá a calcular una muestra que represente a nuestro universo a investigar.

2.2.1.3 Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar la cantidad exacta de titulados que representaran fidedignamente a nuestro universo a investigar, se utilizó la metodología de muestreo aleatorio simple de población finita cuya fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

n= cantidad de elementos de la muestra

N= número de elementos del universo}

P/Q= probabilidad de éxito y fracaso

Z²= valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido

E= margen de error permitido

Para esta investigación de determinaron los siguientes valores:

Término	Valor	X ²
N	233	
P	0,5	
Q	0,5	
Z=95%	1,96	3,8416
E=6,5%	0,065	0,004225

Aplicando estos valores en la fórmula anterior, de determina que el tamaño de la muestra es igual a 115.

2.2.1.4 Técnicas de encuesta y aplicación

Los datos se obtuvieron mediante la realización de encuestas por internet. El cuestionario se realizó en formato digital mediante la plataforma especializada en realización de encuestas “*encuestafacil.com*” y se publicó en los respectivos grupos de ex alumnos de cada universidad proporcionados por la red profesional orientada a negocios “LinkedIn” y a la vez publicado por los respectivos centros de alumnos de cada carrera mediante redes sociales tales como Facebook y Twitter.

Encuesta (Anexo 2.1)

2.2 Análisis de base de datos de *First Job* respecto a nivel de inglés de usuarios

Se realizó un análisis de la base de datos interna de la plataforma virtual de reclutamiento First Job respecto al nivel de inglés declarado por los profesionales.

Se escogió el sitio de empleos First Job por ser una plataforma enfocada en primeros trabajos y en ofertas para profesionales titulados recientemente, lo cual, concuerda con nuestro universo investigado anteriormente.

La base de datos corresponde al nivel de inglés declarado en los currículos de los usuarios de la plataforma First Job pertenecientes a la Universidad de Valparaíso, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y la Universidad Técnica Federico Santa María, clasificado por nivel básico, intermedio y avanzado para los perfiles

de Ingenieros Comerciales ingresados al sistema desde el año 2012 hasta junio del 2015.

La cantidad de currículos analizados por cada universidad fue la siguiente:

Universidad	Currículos
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	1315
Universidad Técnica Federico Santa María	1128
Universidad de Valparaíso	723

Un total de 3166 currículos fueron analizados respecto al nivel de inglés declarado por profesionales que publicaron sus perfiles en First Job.

2.3 Análisis de base de datos de First Job respecto a nivel de inglés exigido por las empresas

Para conocer las reales exigencias de las empresas en Chile con respecto al nivel de inglés de Ingenieros Comerciales, se procedió a analizar la base de datos interna de First Job respecto a todas las ofertas de trabajo publicadas para profesionales sin experiencia, recientemente titulados de Ingeniería Comercial desde el 1 de enero del 2014 hasta el 30 de junio del 2015, a la vez estas ofertas fueron clasificadas por nivel de exigencia de inglés básico, intermedio y avanzado.

Base de datos (Anexo 2.2)

El total de ofertas de trabajo analizadas es la siguiente:

	2014	Hasta junio 2015
Total trabajos publicados en First Job	852	329
Porcentaje de ofertas de trabajo para Ingenieros Comerciales	20,7%	17%

El total de ofertas de trabajo analizadas fue de 1181, de las cuales un 19,7% corresponden a ofertas para Ingenieros Comerciales, 177 para el año 2014 y 56 para el año 2015.

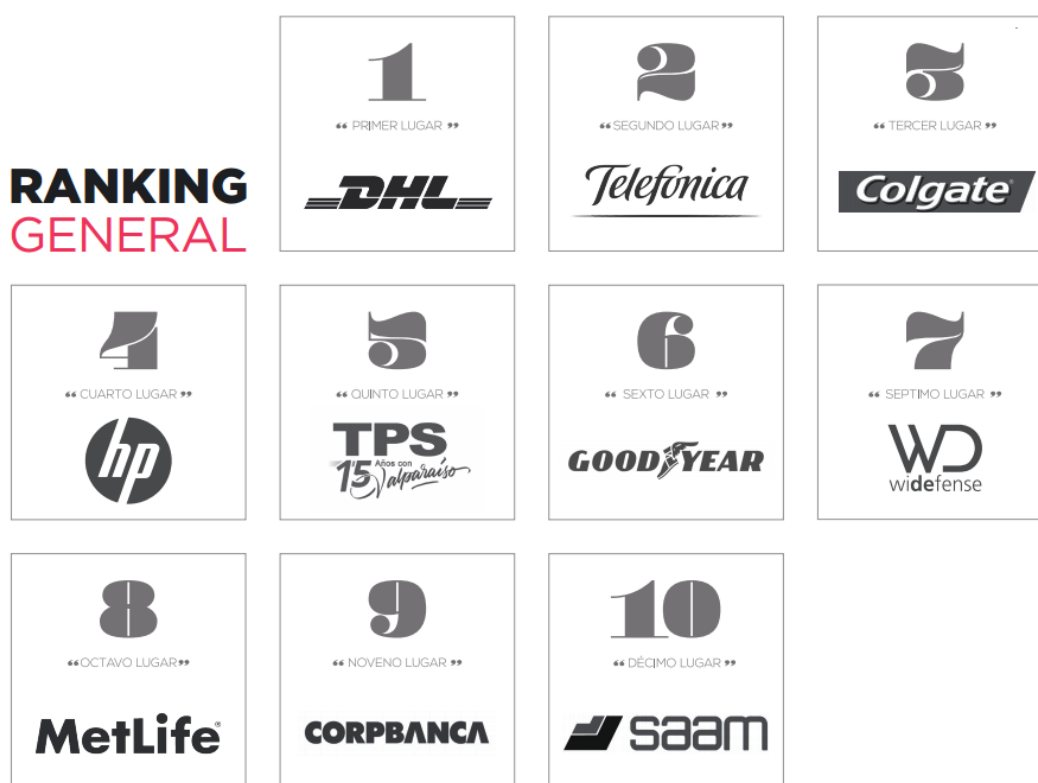
De las 233 ofertas de empleo para Ingenieros Comerciales hay 188 diferentes puestos de trabajo que incluyen las áreas de finanzas, administración, recursos humanos, marketing y ventas.

2.4 Análisis desde el punto de vista empresarial respecto al proceso de selección

Para complementar la investigación se procedió a encuestar a 10 empresas pertenecientes al Ranking “Best First Job Employers” realizado por First Job el año 2014, con la participación de 2.000 jóvenes profesionales de los cuales 400 son Ingenieros Comerciales y un 44% lleva menos de 2 años trabajando en su actual puesto. Este ranking fue realizado para determinar cuáles son las mejores empresas para trabajar en Chile según la opinión de las nuevas generaciones de profesionales en el país acerca de crecimiento, ambiente laboral y calidad de vida.

Esta parte de la investigación nos permite determinar si realmente las grandes empresas necesitan profesionales con dominio del idioma inglés, por qué los necesitan, qué nivel se les exige y de qué forma se evalúa.

Ranking de las mejores empresas para trabajar 2015 según First Job



Fuente: Best First Job Employers www.firstjob.cl

Se entrevistó a personal de recursos humanos, gerentes y otros funcionarios de cada una de las empresas pertenecientes al ranking, para determinar si el manejo del idioma inglés es realmente un factor determinante al momento de seleccionar a los Ingenieros Comerciales que se encuentran en un proceso de selección. Para esto se utilizó la metodología de entrevistas a expertos.

Descripción de empresas:

Empresa	Rubro	Presencia Internacional	Sede Central
DHL	Logística	220 países	Alemania
Telefónica	Telecomunicaciones	21 países	Madrid
Colgate	Fabricación y distribución de productos de higiene	222 países	Nueva York
HP	Informática	170 países	California
TPS	Empresa Portuaria	Importaciones/Exportaciones	Valparaíso
Goodyear	Industria Manufacturera	22 países	Ohio
Widefense	Seguridad Informática	5 países	Santiago
Metlife	Aseguradora y Finanzas	50 países	Nueva York
Corpbanca	Aseguradora y Finanzas	Colombia, Panamá, EEUU, España y corresponsales en 100 países.	Santiago
SAAM	Transporte	13 países	Valparaíso

Empresa	Empresa Matriz	Divisiones
DHL	Deutsche Post DHL Group	DHL Express, DHL Parcel, DHL eCommerce, DHL Global Forwarding, DHL Freight y DHL Supply Chain.
Telefónica	Telefónica S.A	Movistar, O2, Vivo y Terra
Colgate	Colgate-Palmolive	Hill's Pet Nutrition, Softsoap, Mennen, Kolynos, GABA, Tom's of Maine
HP	Hewlett-Packard	Hewlett Packard Enterprise, HP Inc
TPS	TPS	Contenedores Reefer
Goodyear	The Goodyear Tire & Rubber Company	Dunlop Tires, Fulda
Widense	Widense	Widense Consulting
Metlife	Metropolitan Life Insurance Company	Metlife Bank
Corpbanca	Corpbanca	Banco Condell, Banco Corpbanca Colombia, Helm Bank, Corpbanca New York
SAAM	SAAM	SAAM Remolques, Aguas SAAM

Tabla Fuente: página web oficial de cada empresa

CAPITULO III

3. Análisis y resultados de la investigación

3.1 Resultados encuesta dirigida a titulados año 2014 de Ingeniería Comercial.

Gráfico que representa el sexo de los encuestados

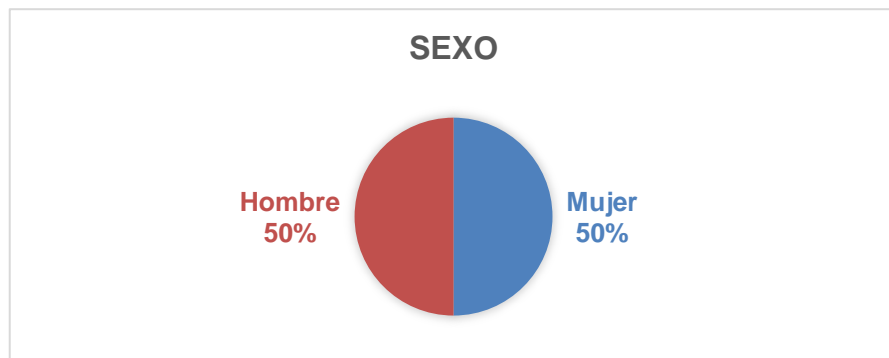


Gráfico que representa la edad de los encuestados

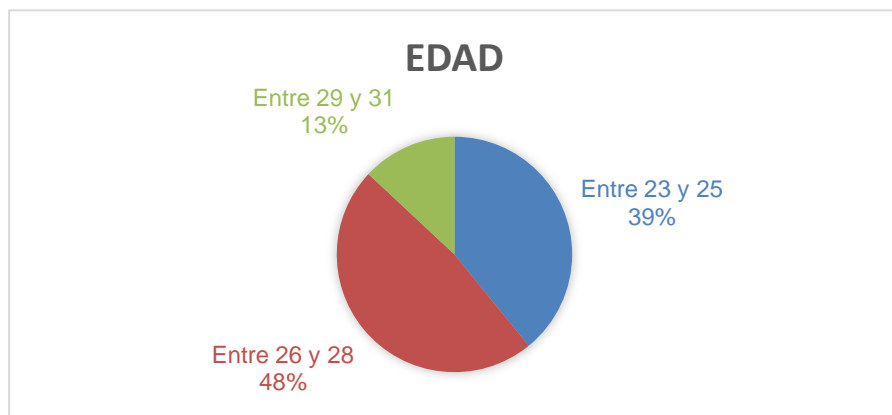
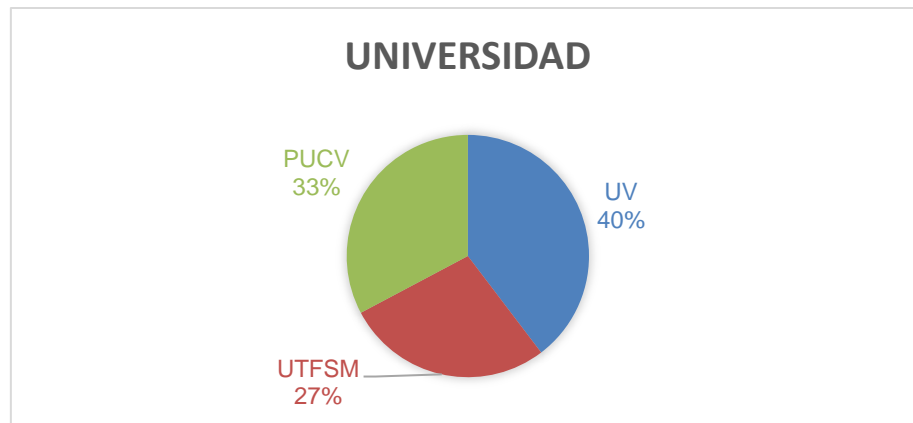


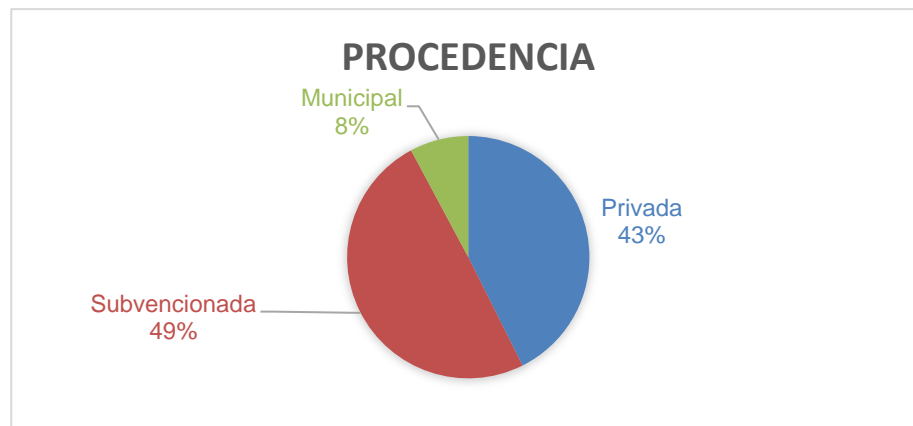
Gráfico que representa la universidad en donde se titularon los encuestados



Se determinó encuestar a la misma cantidad de hombres y mujeres para obtener resultados parejos en cuanto al género. Respecto a la edad de los encuestados se obtuvo un promedio de 26 años de edad.

La cantidad de encuestados por universidad se determinó ponderando de acuerdo a la cantidad de titulados de cada una, obteniendo de esta forma 46 encuestados de la UV, 32 encuestados de la UTFSM y 38 encuestados de la PUCV.

Gráfico que representa la procedencia escolar de los encuestados



Según el último estudio estadístico realizado por el ministerio de educación (2012), el puntaje promedio obtenido en la PSU por los egresados de enseñanza media de la Región de Valparaíso de establecimientos municipales, subvencionados y privados fue de 424, 489 y 597 respectivamente. Esto concuerda con los resultados obtenidos ya que la mayoría de los encuestados que afirmaron venir de establecimientos municipales son titulados de la UV, que a su vez es, entre las 3 universidades investigadas, la que exige el menor puntaje ponderado en la PSU para postular a la carrera de Ingeniería Comercial ya que su puntaje mínimo ponderado de lenguaje y matemática es de 500 puntos a diferencia de los 600 que exigen la PUCV y la UTFSM.

Por otro lado, la PUCV es la que presentó la mayor cantidad de titulados provenientes de establecimientos privados con un 72%.

Gráfico que representa la cantidad de encuestados que declara poseer un certificado internacional de inglés.

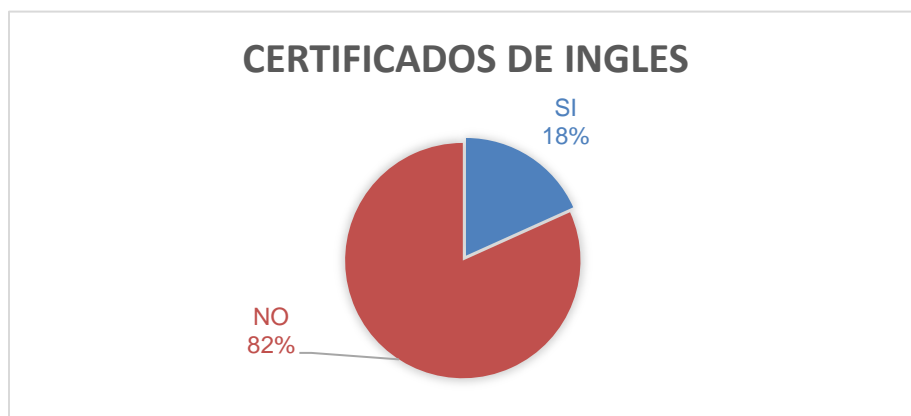
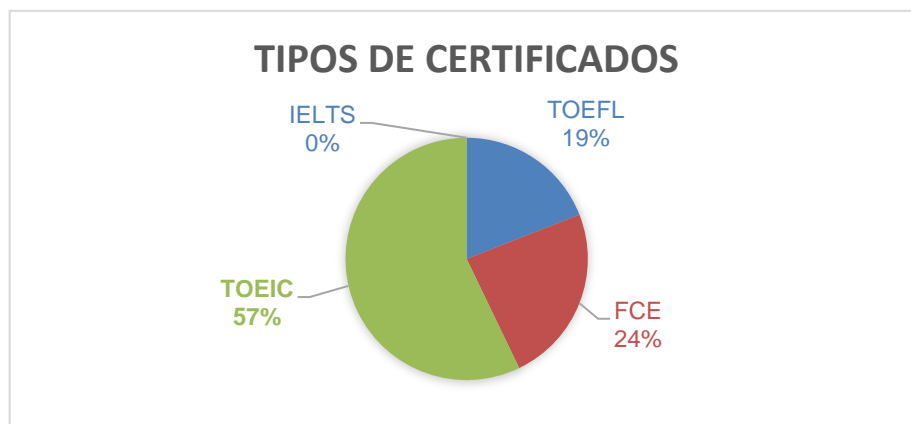


Gráfico que representa los tipos de certificados que declaran poseer los encuestados



El examen internacional TOEIC es el más popular debido a que es el de menor costo y a la vez es la prueba que exige la CORFO para obtener becas de inglés.

El programa de becas de inglés CORFO 2014¹³, exigió cierto puntaje en el TOEIC como requisito para la postulación, y se utilizó esta prueba específica como único instrumento para validar el nivel de inglés de los postulantes. La CORFO ofrece un copago del TOEIC con el cual el postulante solo deberá cancelar un 20% del valor real de este que corresponde a \$10.000 pesos chilenos. La finalidad de esta beca es que al final del curso, el beneficiado pueda rendir nuevamente el TOEIC sin ningún costo y alcanzar el mínimo nivel de inglés requerido para interactuar adecuadamente en el ámbito laboral.

La CORFO entrega estas becas con la finalidad de aumentar el trabajo calificado de la fuerza laboral del país para lograr una mayor productividad y crecimiento de este.

Los exámenes IELTS, TOEFL Y FCE tienen un costo considerablemente más elevado que el TOEIC ya que bordean los USD\$200, y se utilizan específicamente para obtener visas para estudiar y trabajar en el extranjero.

Un 53% de los encuestados que rindieron el TOEIC lo hicieron por ser un requerimiento para obtener la beca de inglés, un 28% para eximirse de las asignaturas de inglés de la universidad y el resto para mejorar su currículum y así tener mejores oportunidades a la hora de buscar empleo.

¹³ <http://www6.corfo.cl/becasdeingles>

3.2 Resultados de análisis del nivel de inglés declarado por titulados de la carrera de Ingeniería Comercial

Gráfico que representa el nivel de inglés declarado por los usuarios de First Job pertenecientes a la PUCV

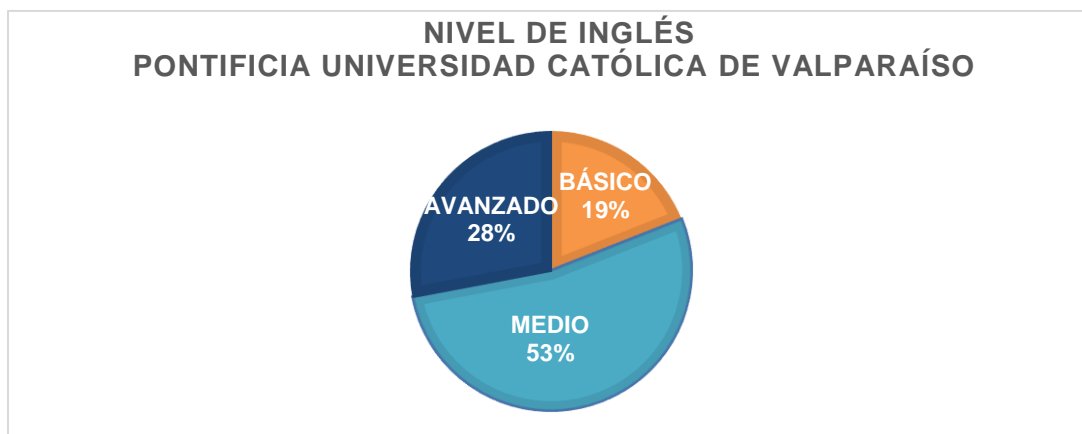


Gráfico que representa el nivel de inglés declarado por los usuarios de First Job pertenecientes a la UTFSM.

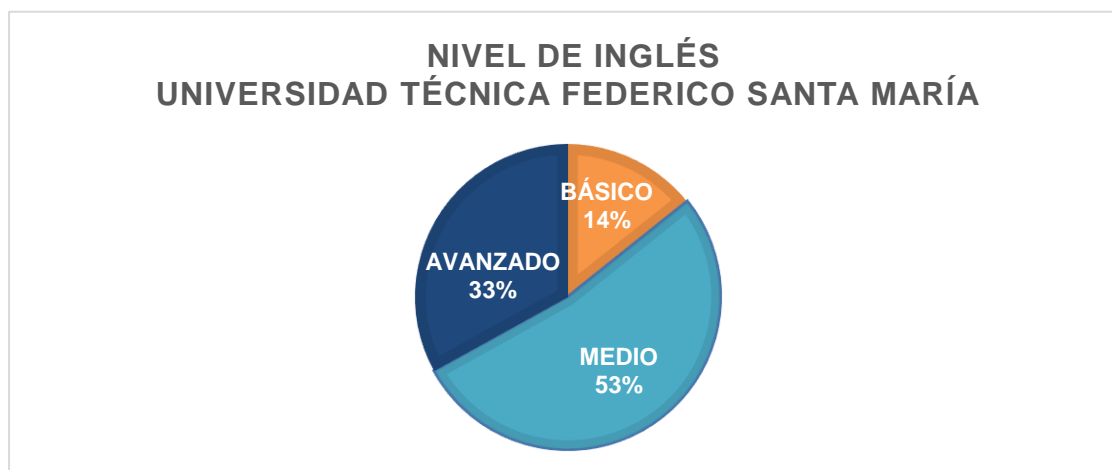
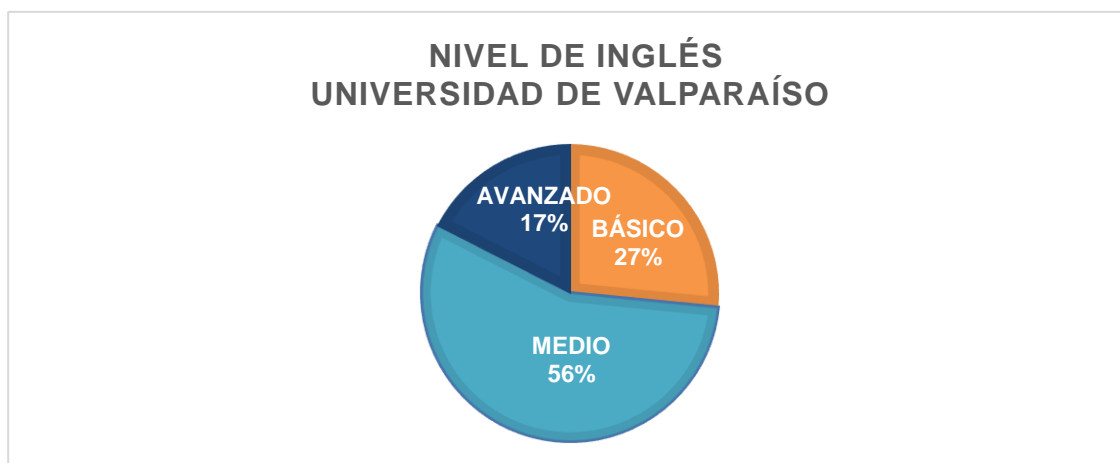
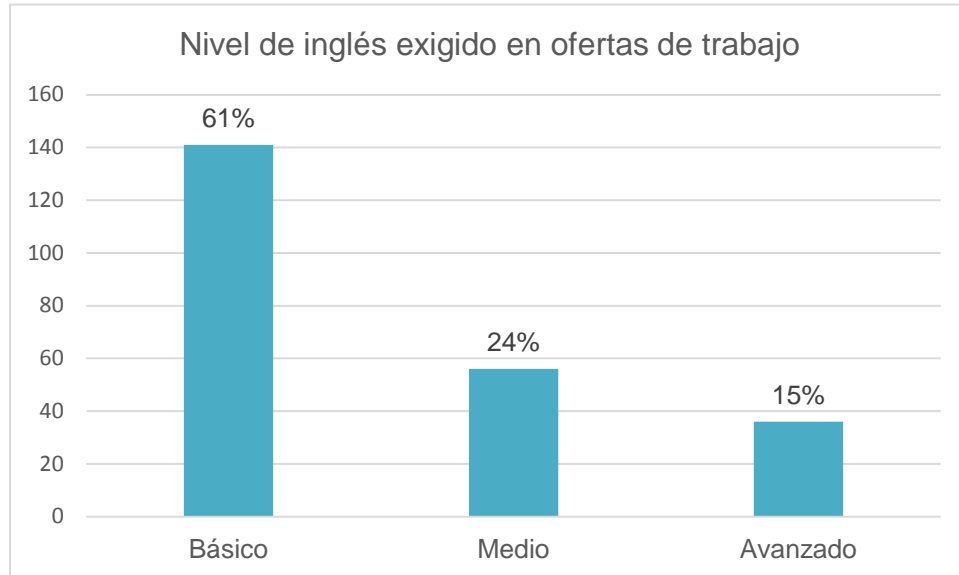


Gráfico que representa el nivel de inglés declarado por los usuarios de First Job pertenecientes a la UV.



Según los resultados del nivel de inglés exigido en las ofertas laborales de First Job, se puede apreciar que los titulados de la Universidad de Valparaíso son los que menos declaran poseer un nivel avanzado de inglés, sin embargo, las tres universidades tienen alrededor del 50% de titulados que declaran un nivel medio de inglés.

3.3 Nivel de inglés exigido por las empresas



Analizando la base de datos de First Job, se puede decir que, si bien la mayoría de empleos exige un nivel básico de inglés, todas aquellas ofertas de cargos gerenciales o de jefaturas están dentro del 15% que exige un nivel avanzado de inglés. Entre los empleos ofrecidos que exigen manejo del idioma inglés avanzado destacan aquellos relacionados con innovación, desarrollo de nuevos negocios y alianzas estratégicas.

Analizando las ofertas de empleo que exigen nivel medio y básico de inglés, no se encuentran mayores diferencias en los puestos de trabajo ofrecidos. Los empleos que más se repiten son los cargos de ejecutivo bancario, analista financiero, cobranzas, compras, tesorería, auditoría, recursos humanos y puestos

relacionados con operaciones financieras, sin embargo, todos los empleos ofrecidos con plazo fijo por concepto de reemplazos piden inglés básico.

3.3.1 Exigencia de inglés por parte de las empresas

¿Es el idioma inglés un requisito al contratar Ingenieros Comerciales?



La gran mayoría de las empresas investigadas exigen dominio del idioma inglés como requisito para la postulación del Ingeniero Comercial a sus respectivos puestos de trabajo, todas estas empresas utilizan la metodología de entrevista presencial en inglés para corroborar el nivel declarado por el postulante.

Las dos empresas que no requieren inglés son Metlife y Corpbanca, ambas organizaciones publican ofertas para Ingenieros Comerciales recién titulados en el área de ventas y finanzas por lo cual no es necesario el manejo del idioma inglés

al ser operaciones nacionales, sin embargo, existen puestos de trabajo dentro de estas dos empresas que si exigen inglés avanzado, las cuales corresponden a todos los cargos gerenciales o de banca mayorista en el caso de Corpbanca.

Según Alfredo Montecinos, Gerente Área Desarrollo Organizacional División Recursos Humanos de CorpBanca, los únicos cargos que exigen inglés avanzado en esta empresa son:

- Gerente Relaciones con Inversionistas
- Gerente Finanzas
- Gerente Mesa Dinero
- Gerente General
- Gerente Sucursal New York
- Gerente División Financiera
- Operador mesa dinero balance
- Ejecutivos Banca Mayorista

Al ser Corpbanca una empresa multinacional, resulta necesario el dominio del idioma inglés por parte de los altos cargos, por lo cual, si bien los puestos de trabajo que no requieren experiencia no necesitan idioma inglés, claramente la posibilidad a un ascenso jerárquico importante si está sujeto al dominio de este segundo idioma.

Dentro de las empresas que declaran exigir como requisito el dominio del idioma inglés, destacan TPS y SAAM, ambas relacionadas con la exportación e

importación de productos. Estas empresas necesitan Ingenieros Comerciales capaces de comunicarse expeditamente con personas de habla inglesa ya que China y Estados Unidos son los países con la mayor participación en las exportaciones e importaciones de Chile, y a pesar de que China no es un país de habla inglesa, igual se utiliza este idioma para hacer negocios.

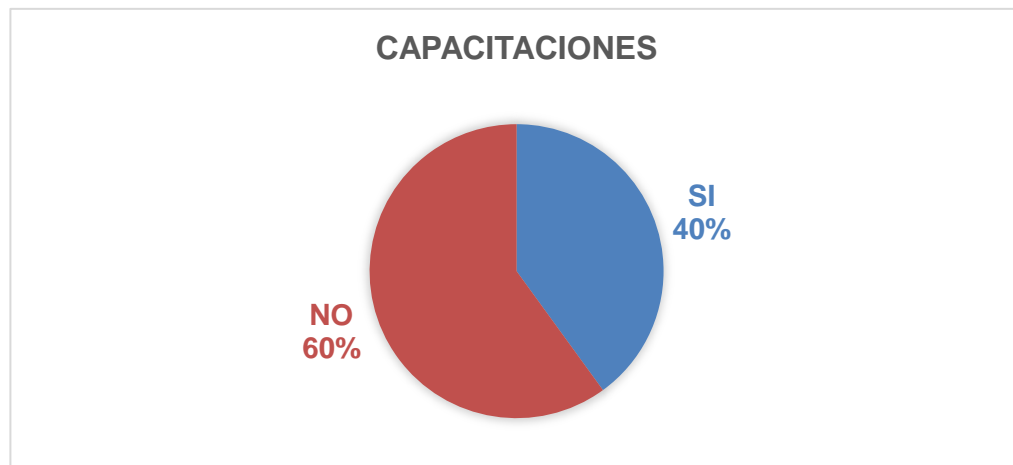
Pilar Cabello, Jefe de Desarrollo Organizacional de TPS, afirma que, por la constante relación con navieras y clientes internacionales, el inglés es fundamental para una serie de movimientos internos y externos de la empresa, a su vez, Oliver Dipp, Head of Integral Maritime Services de SAAM, destaca que esta empresa al ser una Agencia Naviera, está en constante interacción con armadores, terminales portuarios y agencias de crewing, lo que hace necesario que el personal hable, escriba y entienda inglés a cabalidad.

3.3.2 Áreas de la empresa con requerimiento de idioma inglés

Al preguntar en qué áreas de las respectivas empresas investigadas se requiere del manejo del idioma inglés, se determinó que las áreas de ventas y finanzas son las que menos requieren este idioma y las áreas de operaciones, tecnología informática y comercial son las que más lo requieren.

El área de tecnología informática exige un nivel de inglés avanzado al ser este el idioma universal de la especialidad y el que permite tener mejor acceso a la actualización de nuevos contenidos y tecnologías. Es por esto que la empresa Wodefense, cuyo rubro es la seguridad informática, requiere Ingenieros Comerciales con dominios computacionales y a la vez un dominio al menos intermedio del idioma inglés.

¿Están dispuestos como empresa a invertir en capacitaciones y cursos de inglés para sus empleados?



Las empresas dispuestas a capacitar a sus empleados son Colgate, HP, DHL y Goodyear.

Constanza Salvatierra, HR Generalist - Recruitment and Selection DHL afirma que la empresa tiene cursos internos de inglés para sus trabajadores y grupos de conversación 2 veces al mes, también cuentan con convenios en varias instituciones dedicadas a la enseñanza de este idioma, sin embargo, resulta necesario que el profesional cuente con una base intermedia de inglés para hacer efectivo el uso de estas herramientas.

Maria Marta Gallart -Human Resources de Colgate Palmolive Chile, destaca la limitada oferta de Ingenieros Comerciales con manejo de idioma ingles avanzado que existe en Chile, razón por la cual la empresa no le da el peso que debería a el manejo de este idioma al momento de recibir postulaciones de trabajo, ya que se perderían muchos talentos, sin embargo, un postulante que no es capaz de comprender conceptos básicos en inglés no califica para esta compañía.

Colgate ofrece cursos de inglés orientado a los negocios y descuentos para sus empleados interesados en tomar cursos intensivos de inglés en ciertos centros de formación.

HP y Goodyear ofrecen cursos presenciales y online de inglés para todos sus empleados, estos cuentan como horas de entrenamiento, las cuales sirven para para mejorar la puntuación en las evaluaciones que estas empresas realizan a fin de cada año.

CONCLUSION

Los resultados obtenidos, dan a conocer la carencia de Ingenieros Comerciales con dominio del idioma inglés en las universidades pertenecientes al CRUCH.

Existe una relación directamente proporcional con el tipo de educación escolar, el rendimiento de la prueba de selección universitaria, la universidad, el manejo del idioma inglés y la empleabilidad al primer año de trabajo.

La UTFSM es la universidad que presenta, entre las tres investigadas, el mayor porcentaje de empleabilidad al primer año de trabajo, y a la vez es la que tiene el mayor porcentaje de titulados que declaran poseer un nivel avanzado de inglés.

Por otro lado, las empresas hoy están dispuestas capacitar y entrenar profesionales para obtener el nivel de inglés deseado, lo que, a la vez, significa que están dispuestas a invertir en sus trabajadores para que se desarrollen dentro de la compañía obteniendo estabilidad y posibilidades de crecimiento profesional.

Si bien existe gran cantidad de ofertas de empleo dirigidas a Ingenieros Comerciales con inglés básico, la probabilidad de que estos se conviertan en los gerentes del futuro es mucho más baja que para aquellos que dominan esta lengua

Básicamente invertir en esta habilidad significa un beneficio a corto y largo plazo para profesionales y empresas que lo requieran. Existen hoy empresas multinacionales que valoran la educación chilena en general y que aun con falta de profesionales con dominio del idioma inglés, están dispuestas a invertir en aquello, sin embargo, es fundamental poseer un mínimo nivel de conocimiento del habla inglesa para aprovechar estas oportunidades ya que no es rentable para las empresas invertir en profesionales con nulo conocimiento de este idioma.

BIBLIOGRAFÍA

Naresh K. Malhotra. Investigación de mercados, un enfoque aplicado, cuarta edición. México: Pearson Educación, 2004. 816 p. ISBN 0-13-033716-1

American Marketing Association. [en línea] Chicago: 2013 [consulta: 03 junio 2013]. Disponible en: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>

Comisión Nacional de Acreditación. Criterios de evaluación carrera de Ingeniería Comercial. [en línea] Disponible en: <https://www.cnachile.cl/Criterios%20de%20carreras/ingenieriacomercial.pdf>

Ministerio de Educación, mifuturo.cl. Buscador de empleabilidad e ingresos. [en línea] Disponible en: <http://mifuturo.cl/index.php/futuro-laboral/buscador-por-carrera-d-institucion?tecnico=false&cmbtipos=3&cmbinstituciones=0&cmbcarreras=50>

ANEXOS

Anexo 2.1

Encuesta dirigida a titulados de Ingeniería Comercial el año 2014 de universidades de la Región de Valparaíso pertenecientes al CRUCH.

Por favor responda las siguientes preguntas:

1) Sexo:

- a) Femenino
- b) Masculino

2) Edad: _____

3) Indique la universidad en donde cursó la carrera de Ingeniería Comercial:

- a) Universidad de Valparaíso
- b) Universidad Técnica Federico Santa María
- c) Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

4) Indique el año de su titulación:

5) ¿En qué tipo de institución realizó sus estudios escolares?:

- a) Privada
- b) Pública
- c) Subvencionada

6) ¿Qué nivel considera usted que tiene en el manejo del idioma inglés?

- a) Básico
- b) Medio
- c) Alto
- d) Nulo

7) Si su respuesta anterior fue “a”, “b” o “c”, Indique cómo o donde adquirió ese nivel de inglés:

8) ¿Posee usted un certificado del manejo del idioma inglés?

a) Si

b) No

9) Si su respuesta anterior fue "Si", Indique el nombre del certificado que posee:

Anexo 2.2

Base de datos First Job respecto al total de ofertas publicadas el 2014 para Ingenieros Comerciales recién titulados.

NOMBRE CARGO	NIVEL DE INGLÉS REQUERIDO
Account Manager Jr	medio
Account Manager Jr	medio
Administrador de Productos	básico
Administrador de Productos	medio
Analista Comercial - Plazo Fijo 6 meses	básico
Analista Control de Gestión	básico
Analista Control de Gestión	básico
Analista Control de Gestión	básico
Analista Control de Gestión	básico
Analista Control de Gestión	medio
Analista Control de Gestión de RRHH	medio
Analista Control de Gestión de Sucursales	medio
Analista Control de Inversiones	básico
Analista Control Inmobiliario	básico
Analista Control Mesa de Dinero	básico
Analista CVM Gestión Canales	avanzado
Analista D.O.	básico

Analista de Compensaciones	básico
Analista de Compras	medio
Analista de Crédito	avanzado
Analista de Crédito y Cobranza	medio
Analista de Cuentas	básico
Analista de Desarrollo Comercial	básico
Analista de Desarrollo de Negocios	medio
Analista de Estrategia Corporativa	básico
Analista de Estudios y Planificación	medio
Analista de Evaluación Banca Personas	básico
Analista de Gestión de Cobranzas	básico
Analista de Gestión de RRHH	básico
Analista de Marketing	medio
Analista de Operaciones Financieras	básico
Analista de Operaciones Financieras	básico
Analista de Planificación Customer Value Management	básico
Analista de Planificación Estratégica y Estudios.	básico
Analista de Procesos Cartera Vigente Créditos de Consumo	básico
Analista de Reabastecimiento – Gerencia Supply Chain	medio

Analista de Riesgo Corporativo	básico
Analista de Riesgo de Inversiones	medio
Analista de Riesgo de Inversiones	medio
Analista de Riesgo Financiero	básico
Analista de Riesgo Grandes Empresas	básico
Analista de Seguimiento Comercial	básico
Analista de Tesorería	básico
Analista Experiencia de Clientes	medio
Analista Financiero	básico
Analista Financiero	medio
Analista Financiero	medio
Analista Gestión de la Información	medio
Analista Gestión de Negocios	medio
Analista Gestión de Producto	básico
Analista Gestión de Proyectos	básico
Analista Inmobiliario	básico
Analista Inteligencia Segmento	medio
Analista Junior Financiero	básico
Analista para Planificación y Control Recuperaciones (Plazo Fijo)	básico
Analista para Planificación y Control Recuperaciones (Plazo Fijo)	básico

Analista Planificación de Demanda	básico
Analista Planificación De Mercado	medio
Analista Planificación y Control de Empresas	básico
Analista Planificación y Control Gestión	básico
Analista Senior de Estrategias de Cobranza	medio
Analista Soporte Comercial	medio
Analista Sr. de Prevención de Fraudes	básico
Analista Supply Chain	medio
Analista Supply Chain	medio
Analista Técnico	básico
Analista Tendencia e Innovación	avanzado
Analista Tendencia e Innovación	básico
Asistente D.O	básico
Asistente de Negocios	medio
Asistente de Negocios	medio
Asistente de Promociones	básico
Auditor Interno	avanzado
Auditor Interno	básico
Auditor Interno en Concepción	medio
Auditor SOX	avanzado
Brand Manager TOP SHOP	avanzado
Brand Manager Vestuario	avanzado

Category Manager	básico
Category Manager	medio
Category Manager Área Comercial	medio
Category Manager de Alianzas y Servicios	básico
Category Manager Línea Hombre	medio
Category Manager Paris	básico
Category Manager Supermercados	medio
Comprador	básico
Comprador Junior Electrónica	medio
Consultor Área Calidad Banca Comercial	medio
Coordinador de Canales Masivos - Antofagasta	básico
Coordinador de Desarrollo Organizacional	básico
Coordinador de Eventos y Auspicios	básico
Coordinador de Eventos y Auspicios	básico
Coordinador de Importaciones Regional	básico
Desarrollo de líderes en Recursos Humanos	medio
Economista Jr.	básico
Ejecutivo Banca Personas (Plazo Fijo)	básico
Ejecutivo Banca Personas Arica	básico
Ejecutivo Cuentas Banca Premium	básico
Ejecutivo de Cash Management	básico
Ejecutivo de Desarrollo de Negocios.	avanzado

Ejecutivo de Recuperaciones Plazo Fijo en Concepción (VIII Región)	básico
Ejecutivo Leasing	básico
Ejecutivo Leasing	básico
Ejecutivo Select	básico
Ejecutivo Trainee Empresas	básico
Ejecutivo(a) de Ventas Preferente.	básico
Encargado de Alianzas	avanzado
Especialista de Marketing	básico
Executive Assistant to CEO	avanzado
Gestor de Inversión	básico
Gestor de Inversiones en Valparaíso	básico
Ing. de Procesos y Control de Gestión	básico
Ingeniero Análisis, Estudios y Compensaciones	básico
Ingeniero Análisis, Estudios y Compensaciones	básico
Ingeniero Análisis, Estudios y Compensaciones	básico
Ingeniero Control de Gestión	básico
Ingeniero Control de Gestión Gerencia Marketing	básico
Ingeniero Control de Presupuesto y Contrato	básico
Ingeniero de Desarrollo de Negocios	básico
Ingeniero de Desarrollo de nuevos Negocios	avanzado
Ingeniero de Desarrollo Internet	básico

Ingeniero de Desarrollo Internet	básico
Ingeniero de Desarrollo Internet	básico
Ingeniero de Desarrollo Internet	básico
Ingeniero de Desarrollo Organizacional	básico
Ingeniero de Estudios	avanzado
Ingeniero de Estudios Innovación y Cultura	avanzado
Ingeniero de Gestión en Administración	básico
Ingeniero de Negociación	básico
Ingeniero de Negociación	básico
Ingeniero de Nuevos Proyectos	medio
Ingeniero de Planificación de Mercado	básico
Ingeniero de Planificación de Mercado	medio
Ingeniero de Planificación y Reporte Financiero	medio
Ingeniero de Preventa	básico
Ingeniero de Productos	básico
Ingeniero de Proyectos	básico
Ingeniero de Proyectos de Clientes	básico
Ingeniero de Ventas Canal	básico
Ingeniero Planificación Ventas	básico
Ingeniero Planificación Ventas	medio
Jefe de Canal	básico
Jefe de Canal	básico

Jefe de Oficina Banca Personas Antofagasta	básico
Jefe de Producto	básico
Jefe de Proyecto	avanzado
Jóvenes Profesionales Santander	básico
KAM Jr. Retail	avanzado
Operador Mesa de Dinero Renta Variable	básico
Product Manager	básico
Product Manager	básico
Product Manager Área de Comunicaciones	básico
Product Manager Corredora de Bolsa	básico
Product Manager de Computación	básico
Product Manager Organización y Deco	avanzado
Product Manager -Productos Pyme y Personas (Plazo Fijo)	básico
Product Manager- Segmento Pyme	básico
Product Manager Suscripciones	básico
Product Manager-Productos Personas y PYME	básico
Product Manager-Productos Personas y PYME Plazo Fijo	básico
Programa de Líderes para Cencosud	avanzado
Segment Manager	básico
Segment Manager (Plazo Fijo)	básico

Subgerente Trainee Jumbo Zona Norte	básico
Subgerente Trainee Sisa Antofagasta	básico
Supervisor Comercial	básico
Trader	avanzado
Trainee	básico
Trainee	básico
Trainee Banca Personas	básico
Trainee Banca Personas	medio
Trainee Corporativo Banco de Chile	medio
Trainee de Ventas	avanzado
Trainee Ejecutivo de Cuentas Banca Personas	básico
Trainee Ejecutivo de Cuentas Banca Personas	básico
Trainee Ejecutivo de Cuentas Banca Personas	básico
Trainee Ejecutivo Pyme	básico
TOTAL TRABAJOS PUBLICADOS 2014	852
TOTAL TRABAJOS ING. COM. TITULADOS PUBLICADOS	177

