
Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 5 N° 10, 2020. p.p. 66-95
ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma
francés en el Programa de Administración de Empresas
Luis Harol Quintana Triana

Percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el Programa de Administración de Empresas*

Perception of directives, teachers and students respecting the
importance of learning the french language in the Business
Administration Program

Recibido: Noviembre 20 de 2019 - Evaluado: Febrero 25 de 2020 - Aceptado: Mayo 21 de 2020

Luis Harol Quintana Triana**

Para citar este artículo / To cite this Article

Quintana Triana, L. H. (Julio-Diciembre de 2020). Percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(10), (66-95).

Resumen

El idioma francés es una lengua que facilita la inserción laboral en países francófonos que oficialmente son 31 en los 5 continentes. Así pues, se puede apreciar la necesidad de la formación en dicha lengua en estudiantes del programa con el propósito de que puedan movilizarse a dichos países. Por lo anterior el objetivo

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto de investigación "Importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga" vinculado al Semillero de Investigación Neuro Innovateur y Grupo de Investigación en Economía Social y Desarrollo Empresarial. Proyecto de investigación realizado como tesis de grado para optar al título de Administrador de Empresas en la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga orientado por la Docente-Investigadora Magister Diana Astrid Buitrago Núñez.

** Semillero de Investigación de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga. Técnico en Asistencia Administrativa. Email: Luis.quintana@ustabuca.edu.co.

de la investigación es analizar la percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas, a partir de una investigación descriptiva, recolección de datos mixta, muestra aleatoria simple de 4 directivos, 22 docentes y 147 estudiantes. Los hallazgos fueron, el 85,00% de estudiantes no han tenido la oportunidad de conocer el idioma francés, entre el 90,00% y 92,00% directivos, docentes y estudiantes están interesados en aprender el idioma y argumentaron la importancia de que los estudiantes de Administración de Empresas realicen movilidad internacional a países Francófonos, siendo el aprendizaje del idioma el motivo principal.

Palabras Clave: Percepción, Docentes, Directivos, Estudiantes, Francés, Administración de Empresas

Abstract

The French language is a language that facilitates labor insertion in French-speaking countries, which officially number 31 in the 5 continents. Therefore, the need for training in this language can be seen in students of the program so that they can mobilize to these countries. Therefore, the objective of the research is to analyze the perception of managers, teachers and students regarding the importance of learning the French language in the business administration program, based on a descriptive research, mixed data collection, simple random sample of 4 managers, 22 teachers and 147 students. The findings were that 85.00% of students have not had the opportunity to learn French, between 90.00% and 92.00% of managers, teachers and students are interested in learning the language and argued the importance of the students of Business Administration to perform international mobility to French-speaking countries, being the learning of the language the main reason.

Key Words: Perception, Executives, Teachers, Students, French, Business Administration

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. Lengua francesa. - 2. Orígenes. - 3. Alianza Francesa. - 4. Resultados de investigación. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Un Administrador de Empresas, busca satisfacer necesidades por medio de productos o servicios a través de una empresa que contribuye al desarrollo económico y social de un país. Por ello se evidencia la necesidad de apropiación de una segunda lengua, ya que según el Ministerio de Educación Nacional (2005). “El manejo de una segunda lengua significa poderse comunicar mejor, abrir fronteras, comprender otros contextos, apropiar saberes y hacerlos circular, entender y hacernos entender, enriquecerse y jugar un papel decisivo en el desarrollo del país”. Por lo tanto, en el caso de quiénes apenas se están formando en esta área del conocimiento es de gran relevancia apropiarse una lengua extranjera ya que, además, según la Alianza Francesa “Hablar francés e inglés es una ventaja para aumentar las posibilidades en el mercado laboral internacional.

El conocimiento del francés abre las puertas a las empresas francesas y en el extranjero en todos los países francófonos (Canadá, Suiza, Bélgica y el continente africano). Francia, la quinta mayor potencia comercial y el tercer destino más grande para la inversión extranjera, es un socio económico líder” (Alliance Française, 2019). Es de resaltar que “hablar francés es una ventaja para encontrar un trabajo en muchas multinacionales francesas en diversos sectores de actividad (distribución, automoción, lujo, aeronáutica, entre otros), dado que, Francia es el quinto poder comercial, atrae a empresarios, investigadores y los mejores estudiantes extranjeros (Ambassade de France à Wellington, 2016).

Los beneficiados con esta investigación fueron en primer lugar para la facultad de Administración de Empresas ya que podrá analizar la posibilidad de incorporar una tercera lengua cuando se realicen procesos de actualización curricular, en segundo lugar el investigador, porque le permitirá desarrollarse íntegramente en el ámbito investigativo, afianzar habilidades intelectuales tanto en el desarrollo personal, profesional y social y por último la universidad Santo Tomás debido a que podrá generar una herramienta de solución con el objetivo de evidenciar la importancia que tiene el idioma francés en el Administrador de Empresas Tomasino.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

El aprendizaje de una lengua extranjera en la formación profesional es necesario para el pleno desempeño laboral y académico del egresado del progra-

ma de Administración de Empresas en Colombia. El idioma inglés ha sido por décadas la lengua extranjera más utilizada y hablada en el mundo, pese a esto, el idioma francés ocupa el tercer lugar en la posición de los idiomas extranjeros con mayor número de hablantes. Es por esto que las instituciones de Educación Superior establecen la enseñanza de una segunda lengua que contribuya a la formación integral de sus profesionales, en especial en los programas de Administración de Empresas, objeto de estudio del presente proyecto.

La mayoría de las universidades ofertan en sus planes de estudios diferentes idiomas que los estudiantes del pregrado en Administración de Empresas, tienen la opción de elegir uno o varios de ellos, sin embargo, en muchas de estas universidades para incentivar el aprendizaje de la lengua francesa, primero el estudiante debe contar con una certificación que acredite el dominio del idioma inglés. Además, algunas universidades a nivel internacional como la universidad de Barcelona en España, en su programa de Administración de Empresas establece que los estudiantes deben cursar obligatoriamente una asignatura de inglés para los negocios y otras tres lenguas para los negocios, asimismo pueden elegir como electivas el francés, alemán, italiano, ruso y chino, lo que les facilita realizar sus prácticas en el extranjero (Universidad de Barcelona, 2019).

Desde otra perspectiva y analizando otra universidad de España, la Universidad Autónoma de Madrid, debe brindar a sus estudiantes de Administración de Empresas las bases para la apropiación de la lengua francesa ya que cuenta con un convenio de doble titulación con la Universidad Paris Dauphine firmado en el año 1999 y actualizado en el 2011. Para acceder a este programa los estudiantes deben concursar por una beca denominada Erasmus que exige un alto dominio de la lengua francesa, tanto a nivel escrito como oral. Esto con el fin de ampliar sus fronteras e insertarse en el mundo empresarial francés y otros países francófonos (Universidad Autónoma de Madrid, 2019).

Consecuentemente, se encontró que, en la Universidad de Zaragoza, también de España, en el programa de Administración y Dirección de Empresas los estudiantes deben cursar 5 idiomas obligatorios en el cuarto curso, que se contemplan así: inglés B1, francés B1, portugués B1, alemán B2 e italiano B1. (Universidad de Zaragoza, 2019).

Respecto al programa de Administración de Empresas, de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, el plan de estudios está diseñado para un periodo de 4 años que corresponde a 8 semestres. Los estudiantes deben cursar

6 niveles de inglés, denominado inglés de negocios, distribuidos un nivel por semestre con el fin de tener apropiado este idioma al finalizar la formación académica. Sin embargo, los estudiantes que logren acreditar el nivel B1 en inglés sugerido por la universidad en el programa, pueden optar por cursar otra lengua como el francés, portugués e italiano, por medio del instituto de lenguas y culturas extranjeras (ILCE). Asimismo, la universidad por medio de departamentos como el CRAI, Centro de Recursos Académicos Institucionales, promueve actividades como: el cineclub, en el que eventualmente transmiten películas en la lengua francesa. De igual modo el ILCE de la universidad realiza actividades por semestres en los que se promueve la cultura y la lengua de Francia por medio del llamado día de la francofonía.

Finalmente, el idioma francés es una lengua que facilita la inserción laboral en países francófonos que oficialmente son 31 en los 5 continentes, donde para ejemplificar su importancia se cita la quinta potencia mundial Francia como país fuerte en el sector del turismo, en la industria del automovilismo y la aeronáutica, en la industria del lujo y los servicios como la distribución, entre otros. De igual modo si se analizan otros países francófonos como Suiza el cual es potencia y referente internacional en la industria relojera o si se analiza una provincia de Canadá se encuentra a Quebec, muy sólida en la producción y comercialización de material para ferrocarril y fuerte en la industria aeronáutica. Por ello se puede apreciar la necesidad de la formación en dicha lengua en estudiantes del programa con el propósito de que puedan fácilmente realizar prácticas profesionales durante su proceso de formación y desempeñarse en cargos directivos u operativos en dichos países de habla francesa una vez obtenido su título profesional.

Cabe denotar, que estos países y regiones poseen varias de las mejores universidades del mundo como la Universidad de París del Sur, una de las más grandes y renombradas en el ámbito de las ciencias y las matemáticas, de igual modo se puede encontrar la Universidad de Grenoble, caracterizada por ser la segunda mejor de Francia según el ranking QS World University 2018, asimismo, se encuentran La Universidad de Zúrich en Suiza, la mejor de ese país y la 27 a nivel mundial, también la escuela Federal de Zurich reconocida y famosa debido a que Albert Einstein realizó sus estudios allí y se desempeñó como docente. Analizando el continente Americano, se pueden encontrar Universidades como la Universidad de Montreal y la Universidad de Laval, las mejores de Quebec siendo la 9 y 16 mejores de Canadá en el 2018 (QS World University Rankings, 2018).

De acuerdo a lo anterior, surge también la necesidad de aprender el francés ya que el estudiante puede realizar dobles titulaciones, intercambios o movilidad, proyectos de investigación, pasantías de investigación con estas instituciones u otras universidades con las cuales exista convenio institucional y después de su proceso de graduación cursar estudios de posgrados. De acuerdo a lo anterior se formula el siguiente problema:

¿Cómo sensibilizar a estudiantes, directivos y docentes del programa de Administración de Empresas, respecto al aprendizaje del idioma francés en el proceso de formación del estudiante que facilite la inserción en el contexto académico y laboral en países francófonos?

Para ello se buscó analizar la percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.

2. Metodología

La investigación fue descriptiva ya que se analizó la percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de administración de empresas. Mediante recolección de datos Mixta, las fuentes de información fueron Primarias como docentes, directivos y estudiantes del programa de Administración de Empresas de La Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga y, fuentes secundarias como páginas *Web* institucionales de las universidades, páginas *Web* gubernamentales, páginas *Web* especializadas en datos económicos y estadísticos, páginas *Web* de las alianzas francesas, artículos de revistas científicas, libros y bases de datos. Finalmente, la población fue el Programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga y el Muestreo Probabilístico utilizado fue Aleatorio simple 4 directivos, 22 docentes y 147 estudiantes.

3. Plan de redacción

3.1 Lengua francesa

El idioma francés es una lengua romance que se habla en gran parte del territorio de la Francia metropolitana, junto con otras lenguas “menos comunes” tales como el bretón, el corso, el vasco, el occitano y el catalán. Se calcula que existen más de 250 millones de francoparlantes en el mundo, de los cuales alrededor de 70 millones son hablantes parciales (Blendex, 2016).

3.2 Orígenes

El idioma francés tuvo su origen en Galia, lo que hoy es Francia, Bélgica, las regiones de Alemania y Holanda ubicadas al oeste del Rin, y el oeste de Suiza, y quienes hablaban idiomas celtas que no poseían escritura. De hecho, los griegos los llamaban “celtas”, hasta que con la llegada del Imperio Romano comenzaron a ser llamados “galos” (Blendex, 2016). En el siglo V, después de las invasiones bárbaras y la ruina del Imperio de Occidente, las comunicaciones se interrumpen y se aíslan las provincias; Es entonces cuando las lenguas romances comienzan a desarrollarse independientemente unas de otras, y es aquí donde se coloca el límite, arbitrario pero necesario, entre el latín y el francés. Entonces, se puede decir que el francés tiene tintes de las lenguas celtas y el latín, es más se dice que el francés es una evolución del latín que en entre los siglos V a IX atravesó cambios rápidos creando una lengua rústica en ese momento (La France Pittoresque, 2017).

3.3 Alianza francesa

La lengua francesa es una lengua que se aprende en todos los continentes día a día, para esto hay entidades que promueven y enseñan este idioma como una segunda o tercera lengua. En la presente investigación se tendrá como base a la Alianza Francesa que es una Asociación sin ánimo de lucro, ajena a toda preocupación política, religiosa y social, que sigue las pautas y finalidades de la Fundación “Alliance Française”, fundada en París en 1883. Además, es la única entidad en Colombia que certifica oficialmente el dominio de la lengua francesa. Su misión se basa esencialmente en la parte cultural y lingüística, convirtiéndose en un centro de enseñanza para aquellos estudiantes que desean aprender el idioma francés y recibir una educación que incluye aspectos lingüísticos, históricos y culturales.

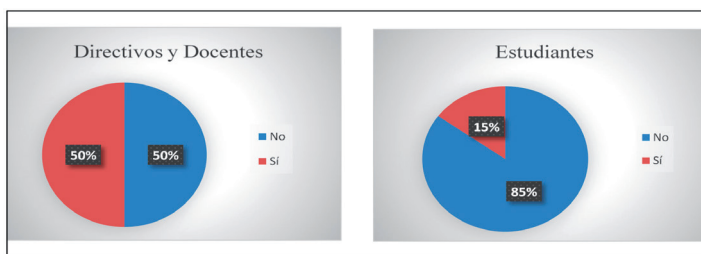
Actualmente, se encuentra presente en más de 140 países en el mundo, con cerca de 1040 centros; entre ellos, doce (12) Alianzas desarrollan esta misión actualmente en el país: Armenia, Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Medellín, Santa Marta, Manizales, Pereira, Popayán y Valledupar (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019). El aprendizaje del francés reúne a más de 450,000 personas que acuden a los más de 700 centros de enseñanza de las alianzas francesas en todos los países donde tiene presencia. Estas dan la bienvenida a una gran audiencia cada año incluyendo niños, adolescentes, adultos, estudiantes, trabajadores y jubilados. Todos experimentan el francés, guiados por más de 8000 maestros especialistas de FLE (Fondation Alliance Française, 2019).

3.4 Resultados de investigación

De acuerdo al objetivo de la investigación, se procede a describir los resultados mediante la aplicación, tabulación y análisis de un instrumento cuantitativo, al costado izquierdo los resultados de directivos y docentes y al costado derecho los resultados de los estudiantes.

Cómo se puede observar en la figura 1 se aplicó la misma pregunta a directivos, docentes y estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás. De una parte, la mitad (50,00%) de los directivos y docentes encuestados manifestaron haber recibido clases de francés en algún momento de sus vidas y la otra mitad (el otro 50,00%) manifestaron no haber recibido clases de dicha lengua. De otra parte, el 85,00% de los estudiantes argumentaron no haber tomado clases de francés en algún momento de sus vidas, sólo el 15,00%, que corresponde a 22 estudiantes, han tomado clases de dicho idioma.

Figura 1. ¿Ha recibido clases de francés en algún momento de su vida?



Fuente: Elaboración propia.

Es evidente que el idioma francés en los estudiantes de Administración de Empresas no ha sido muy estudiado, lo cual puede estar dado porque en la mayoría de instituciones tanto a nivel de primaria, secundaria y universitaria no se le da suficiente importancia a otros idiomas extranjeros que puedan fortalecer las habilidades lingüísticas de los estudiantes; sin embargo, es importante mencionar que el inglés es la lengua extranjera más importante para enseñar en el país al considerarse la lengua universal y de los negocios. No obstante, se debe incentivar el aprendizaje de otras lenguas que también son muy importantes en un mundo cada día más interconectado y dónde las relaciones en todos los ámbitos día a día crecen no solo con países angloparlantes.

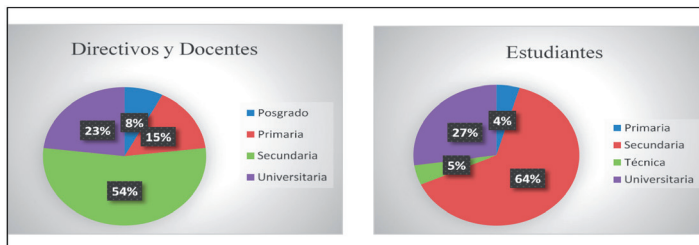
Así pues, con base en lo anterior, es importante mencionar que antes del fin de la Segunda Guerra Mundial el idioma internacional era el francés. Los li-

bros académicos, las relaciones internacionales, estaban dominados por la lengua francesa. Había, además, una tendencia a aprenderlo y, en los colegios, era frecuente encontrarlo en sus planes de estudio. Tampoco era extraño encontrar que en muchas familias se hablara un poco de francés, dado que estaba considerado como una parte de la buena educación. Con el triunfo de los aliados las cosas cambiaron drásticamente. El inglés tomó la delantera por razones geopolíticas y económicas (Bayona, 2019).

Además, en Colombia dados los cambios en el sistema educativo y específicamente en la formación de lengua extranjera, se crea la Ley 115 de 1994 en sus objetivos para la educación Básica y Media, demanda “la adquisición de elementos de conversación, lectura, comprensión y capacidad de expresarse al menos en una lengua extranjera”. A partir de su promulgación, una mayoría de instituciones escolares adoptó la enseñanza del inglés como lengua extranjera. De ahí el compromiso del Ministerio de Educación con la creación de condiciones para apoyar a las Secretarías de Educación e involucrar en el proceso a todos los implicados en la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación de esa lengua: universidades, centros de lengua, organismos de cooperación internacional y proveedores de materiales educativos, entre otros (Mineducación, 2015).

La figura 2 permite conocer el nivel de formación, la institución y la modalidad en que recibieron las clases los directivos, docentes y estudiantes. En la figura 2 se evidencia que el 54,00% de los directivos y docentes recibieron sus clases en un nivel de formación de la secundaria, este es el de mayor representación. Posteriormente, se muestra que el 23,00% se formó en este idioma en su época universitaria, seguido se encuentra la primaria con el 15,00% y finalmente en la formación de posgrado con el 8,00% de ponderación. De otra parte, se aprecia que un 64,00% de los estudiantes recibieron sus clases en un nivel de formación de la secundaria, seguido en menor proporción. pero aún bastante representativo, el nivel universitario con un 27,00%; el nivel de formación técnico con un 5,00% y la primaria un 4,00%. Por un lado, los directivos y docentes han aprendido francés en esta etapa de formación secundaria, puesto que, lo utilizan como una estrategia para fortalecer sus habilidades y competitividad en el mercado laboral y mejorar sus relaciones interpersonales.

Figura 2. ¿En qué nivel de formación recibió las clases de francés?



Fuente: Elaboración propia.

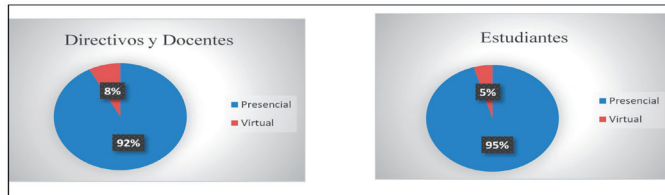
Actualmente, se vive en un mundo totalmente globalizado y donde todos están conectados con todos. Es por esto que aprender idiomas constituye una gran herramienta a la hora de progresar como estudiante y profesional. Y por más que es recomendable aprender una segunda lengua desde la infancia, nunca es tarde para desarrollar esta habilidad. Hoy en día resulta imprescindible aprender otra lengua ya que en la mayoría de las áreas del conocimiento y desarrollo humano se utilizan otros idiomas. El aprendizaje de distintas lenguas para los estudiantes es una necesidad primordial. No es una pérdida de tiempo como muchas personas suelen pensar, sino que es una inversión puesto que este aprendizaje no solo acrecienta la posibilidad de conseguir un mejor trabajo, sino que enriquece la vida social y cultural, dado que el idioma es la clave de la cultura (Universidad de Congreso, 2014).

Por una parte, de la figura 3, se puede inferir que el 92,00% de la población encuestada de directivos y docentes han recibido clases de francés en modalidad presencial y solo el 8,00% las han recibido en la modalidad virtual. De otra parte, cómo se puede identificar en la figura 6 que el 95,00% de los estudiantes tomaron sus clases de forma presencial, y solo el 5,00% recibieron estas clases de manera virtual. De lo anterior se puede deducir que estudiar de manera presencial es la manera más utilizada de aprender una segunda o tercera lengua dado que pueden interactuar de manera presencial con sus compañeros e instructores con pedagogía más didáctica y sentir más cercana la lengua.

Según un estudio comparativo entre la educación presencial y virtual realizado por Donolo, Chiecher & Rinaudo (2004), sugieren que tanto el aprendizaje presencial como virtual puede ser efectivo si se usan estrategias específicas al momento de aprender especialmente en el caso de la educación virtual porque esta requiere de mayor disciplina ya que deben organizar un buen ambiente de

estudio y sobre todo tiempo, los estudiantes que aprenden de manera presencial organizan mejor su tiempo y tienen un mejor ambiente de estudio lo que facilitaría el aprendizaje.

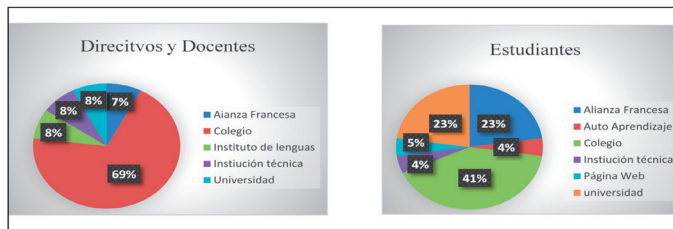
Figura 3. ¿En qué modalidad recibió las clases de francés?



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 4 se observa que la institución donde los directivos y docentes recibieron las clases de francés con mayor representación fue en el colegio con 69,00%, lo respectivo a la Universidad, Institución técnica e instituto de lenguas obtuvieron una ponderación de 8,00% cada una y finalmente la Alianza Francesa logró el 7,00%. De otro lado, se identifica que el 41,00% de los estudiantes recibieron las clases de francés en el colegio, la universidad y la Alianza Francesa tienen un 23,00% cada una como institución en la que se recibieron clases de francés, en menor proporción se encuentran las páginas Web con un 5,00% y, finalmente auto aprendizaje e institución técnica tienen la más pequeña participación siendo cada una de 4,00%. En la generación de la mayoría de docentes y directivos encuestados, en su época secundaria en los colegios había mayor preocupación por enseñar a los estudiantes diferentes lenguas después del inglés como es el caso del francés y esto se puede evidenciar ya que el 69,00% de esta población recibió sus clases de francés en el colegio, lo cual no se percibe hoy de la misma manera debido a los cambios que ha atravesado el sistema educativo.

Figura 4. ¿En qué institución educativa recibió las clases de francés?



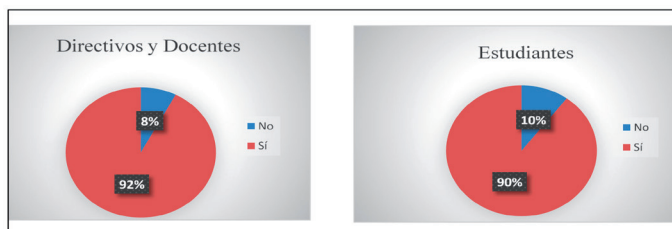
Fuente: Elaboración propia.

Según González (2010) el idioma francés ha perdido importancia en el transcurso del tiempo por diferentes factores, antes de la segunda guerra mundial este idioma era requisito obligatorio en los colegios para poder obtener el título de bachiller, posterior a la segunda guerra mundial el francés pierde fuerza ya que los países europeos debilitan sus relaciones con Latinoamérica puesto que se estaban dedicando a recuperar las pérdidas dejadas por la guerra, es entonces en este periodo postguerra que Estados Unidos a los ojos del mundo aparece como el garante del orden occidental. Y es aquí, donde el inglés representa la superioridad económica y de estatus, mientras que el francés se focaliza en lo cultural. La primera se convierte en la lengua del trabajo y los negocios, y la segunda, en la lengua de la cultura. El francés comienza realmente a perder importancia.

La pregunta de la figura 5 fue diseñada sólo para aquellos directivos, docentes y estudiantes que respondieron de forma negativa a la pregunta ¿Ha recibido clases de francés en algún momento de su vida? de las figuras 1. Se puede evidenciar que el 92,00% de los encuestados les gustaría aprender francés, mientras que al 8,00% no les gustaría aprender el idioma. Por otro lado, se demuestra el interés de los estudiantes de Administración de Empresas hacia aprender el idioma francés, es notorio que la mayoría, el 90,00%, están interesados en el idioma y solo el 10,00% no están interesados en aprenderlo.

Desde la perspectiva de los estudiantes estos estarían interesados en aprender el idioma francés en un futuro, argumentando que es idioma bastante interesante de aprender, es un idioma bonito, agradable de escuchar, hablar y está creciendo, por la cultura francesa y por lo atractivo de las culturas de otros países francófonos. Asimismo, los estudiantes mencionaron que les interesa el idioma por la afinidad y gusto que sienten hacia los idiomas, además del mandarín y el inglés, el francés es la tercera lengua extranjera más hablada en todo el mundo; Así como puede ser más fácil de aprender que otros idiomas.

Figura 5. ¿Le gustaría aprender el idioma francés?



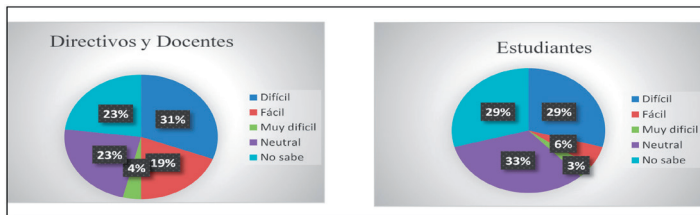
Fuente: Elaboración propia.

Con base en todo lo anterior, se puede señalar que el francés, tiene razones importantes para ser estudiado, puesto que es una lengua que facilita conocer culturas diferentes en cinco continentes, dado que es la lengua de comunicación de 300 millones de habitantes en el mundo, ya que es una lengua fundamental en las instituciones europeas e históricamente, Francia ha sido motor de Europa junto a Alemania, por las diferentes manifestaciones artísticas de la cultura francesa, ya que es una lengua de acogida, de diversidad y de mediación en fenómenos como el exilio, la emigración y la crisis de los refugiados, además ofrece oportunidades laborales a los jóvenes no solo en el sector de la educación, sino también en el sanitario, en el ámbito de la cooperación internacional, la restauración, el turismo, las telecomunicaciones, la industria aeroespacial, entre otros (Artuñedo Guillén, 2019).

Por una parte, en la figura 6 se puede apreciar que el nivel de percepción de directivos y docentes frente a la dificultad del idioma francés es difícil según el 31,00%, el 23,00% considera que es neutral, otro 23,00% mencionaron que no sabe, mientras el 19,00% piensa que es fácil y solo el 4,00% sostuvo que es muy difícil. De otra parte, también se puede observar que el 33,00% de los estudiantes consideran que la dificultad de aprenderlo es neutral, el 29,00% manifestaron que es difícil, otro 29,00% no sabe, un 6,00% lo considera fácil de aprender y, solo el 3,00% lo consideran muy difícil.

Los estudiantes manifestaron que aprender el idioma francés no es difícil ni tampoco es fácil, es decir que se encuentra en un punto medio. Estas respuestas son consideradas en parte, por la comparación que se hace con otros idiomas en los que se maneja un alfabeto diferente como es el caso de los idiomas asiáticos como el mandarín o el coreano, que dados a esta razón si se consideran difíciles al tener que aprender desde cero el significado de cada símbolo, a diferencia del francés que maneja el mismo alfabeto que el español, sin embargo decir que es fácil no es del todo correcto puesto que es un idioma que requiere de bastante esfuerzo y disciplina para adaptarse a nuevos sonidos que no se hacen en el español. De igual modo, es bastante sensato por parte de quienes respondieron que no saben puesto que la población estudiada en la gran mayoría no ha tenido la oportunidad de conocer el idioma y por tanto no logran percibir con claridad la dificultad del idioma.

Figura 6. ¿Considera que aprender el idioma es?



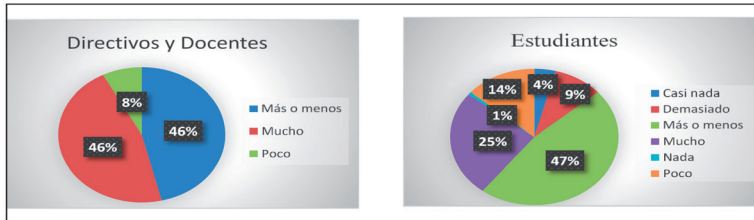
Fuente: Elaboración propia.

El proceso de enseñanza-aprendizaje en general es una tarea compleja en todo sentido; aún más el enseñar un idioma, por cuanto se debe enseñar a las personas a comunicarse de manera eficiente y eficaz, debido a que la comunicación es esencial para lograr relaciones interpersonales, así como poder acceder a todo tipo de conocimientos y producir nuevos saberes. Por tanto, si es desafiante enseñar una lengua materna, mucho mayor es el reto de enseñar una lengua extranjera (Carvajal, 2013).

Las dificultades al momento de aprender un idioma se dan al no identificar y utilizar las estrategias de aprendizaje adecuadas es por esto que la identificación estas estrategias de aprendizaje favorecen el papel que desempeñan tanto profesores como estudiantes en el proceso de enseñanza y aprendizaje. En resumen, se tiene que las principales estrategias de aprendizaje son estrategias de memorización, de cognición, de compensación, e indirectas de aprendizaje, estrategias de metacognición, afectivas, sociales (Orrego & Díaz Monsalve, 2010).

En la figura 7 se puede observar que a los directivos y docentes les gusta el idioma mucho y más o menos con un 46,00% cada uno y solo el 8,00% mencionó que le gusta poco. Por otro lado, en la figura 7 se evidencia que los estudiantes encuestados contestaron que más o menos les gusta el idioma en un 47,00%, es decir casi la mitad, seguido están los que dijeron que mucho, lo cual representa un 25,00% de la población, luego se encuentra quienes dijeron que poco les gusta el francés, representado en el 14,00%, un 9,00% respondió que les gusta demasiado, un 4,00% que les gusta casi nada y, el 1,00% mencionó que no les gusta nada.

Figura 7 ¿Qué tanto le gusta el idioma francés?



Fuente: Elaboración propia.

Según varias encuestas informales realizadas *online*, parece ser que el francés hablado apasiona en general en todo el mundo. El francés se ha descrito como suave, fluido, elegante y estéticamente agradable. Con su impronunciable r, sus sonidos vocálicos nasales, en, in, un y su entonación melodiosa, suena extremadamente musical al oído no nativo. Y no olvidemos el importante contexto cultural, que otorga al francés el estatus de ser el idioma hablado más bonito del mundo (Education First EF, 2019).

De la figura 8 se puede inferir que el 62,00% de los directivos y docentes sabe el significado de que un país sea francófono y el 38,00% no sabe. De otra parte, se puede observar que el 82,00% de los estudiantes no saben que significa que un país sea francófono, sólo el 18,00% respondieron de manera afirmativa a esta pregunta. Los países francófonos son aquellos que tienen el idioma francés como lengua oficial, por un lado, los directivos y docentes lograron identificar los siguientes países: Francia, Holanda, Suecia, Bélgica, Mónaco Marruecos, Guayana francesa, Canadá, Haití, Suiza, Senegal, Ruanda, Nigeria, Costa de Marfil y algunas colonias francesas en África.

Figura 8. ¿Sabe lo que significa que un país sea francófono?

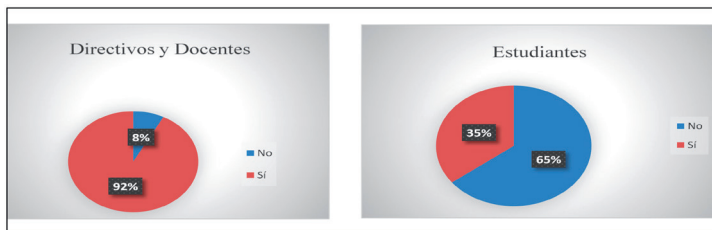


Fuente: Elaboración propia.

La francofonía es, ante todo, mujeres y hombres que comparten un idioma común, el francés. El último informe del *Observatoire de la langue française*, publicado en 2018, estima su número en 300 millones de hablantes, repartidos en los cinco continentes. Es entonces un dispositivo institucional dedicado a promover el francés y a implementar la cooperación política, educativa, económica y cultural dentro de los 88 estados y gobiernos de la Organización Internacional de la Francofonía (OIF) (Organization Internationale de la Francophonie, 2020).

En la figura 9 se puede observar que el 92,00% de los directivos y docentes consideran que es importante que el estudiante de Administración de Empresas realice movilidad a países francófonos, mientras que el 8,00% consideran que no es importante. Por otra parte, también se puede apreciar que el 65,00% no han considerado realizar movilidad a países francófonos y el 35,00% sí lo ha tenido en cuenta.

Figura 9. ¿Considera importante que el estudiante de Administración de Empresas realice movilidad internacional a países francófonos?



Fuente: Elaboración propia.

Los directivos y docentes argumentaron que al realizar movilidad internacional se abren otros horizontes, aprendizaje que contribuyen a la formación integral, asimismo se adquiere experiencias nuevas y diferentes, además es una oportunidad para aprender o perfeccionar el idioma, asimismo por las oportunidades en países diferentes a los angloparlantes, también para aprender de otras culturas, para la realización de un posgrado, y continuar con la formación académica, ya que países como Francia o Canadá son muy industriales y comerciales por ende hay buenas oportunidades en el mercado laboral, por las relaciones comerciales y mercantiles para negociaciones, además de mejorar su condición laboral y visión empresarial y por el crecimiento personal.

La movilidad internacional de estudiantes como instrumento de cooperación es el abordaje más tradicional, presidido por consideraciones político cul-

turales, de fomento del intercambio académico y de ayuda al desarrollo. Desde esta perspectiva, la movilidad estudiantil es considerada como un medio de conocimiento mutuo entre países y culturas diferentes. El uso de los programas de movilidad como instrumento de política internacional continúa teniendo vigencia en la actualidad. Varios gobiernos otorgan becas para estudiantes extranjeros con finalidades de difusión cultural y científica, orientadas a países y regiones que por distintos motivos consideran importantes; también, fundaciones y organizaciones no gubernamentales proveen oportunidades de movilidad internacional para estudiantes universitarios (Luchillo, 2011).

El motivo más relevante para que el estudiante de Administración de Empresas realice movilidad internacional a países francófonos desde la perspectiva de directivos y docentes es, con nivel de importancia 1 el aprendizaje del francés, posteriormente con nivel de importancia 2 la realización de la práctica profesional, luego con nivel de importancia 3 realizar un posgrado, con nivel de importancia 4 la realización de doble titulación, con nivel de importancia 5 el crecimiento personal, con nivel de importancia 6 oportunidad laboral, con nivel de importancia 7 instancia e investigación, con nivel de importancia 8 la realización de otro pregrado, con nivel de importancia 9 la realización de uno o más semestres académicos en una universidad francófona.

El motivo más relevante para que el estudiante de Administración de Empresas realice movilidad internacional a países francófonos desde la perspectiva de los estudiantes es, con nivel de importancia 1 el aprendizaje del idioma francés, con nivel de importancia 2 el crecimiento personal, con nivel de importancia 3 la realización de práctica profesional, con nivel de importancia 4 la realización de una doble titulación, con nivel de importancia 5 las oportunidades laborales, con nivel de importancia 6 la realización de un postgrado, con nivel de importancia 7 realizar otro pregrado, con nivel de importancia 8 realizar uno o más semestres académicos en una universidad francesa y finalmente con nivel de importancia 9 instancia de investigación.

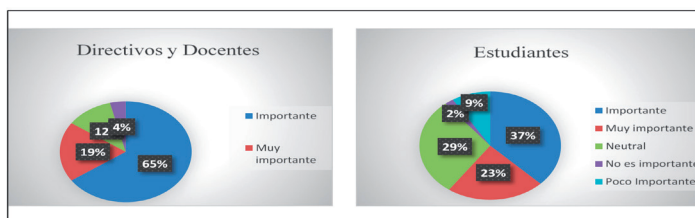
Según Bermúdez Rosa (2014) el principal motivo para realizar movilidad internacional en un ámbito universitario, es para la realización de un posgrado, dado que como se ha podido constatar en las múltiples estadísticas e indicadores analizados, la movilidad internacional de estudiantes constituye un fenómeno global, no sólo por la magnitud que ha alcanzado sino porque se presenta en todas las regiones del mundo. Con el análisis detallado de este flujo migratorio y la identificación de los países de origen y de destino se configura una geografía

mundial de este fenómeno en la actualidad. Así mismo, el alto número de personas que se desplazan para obtener títulos educativos de posgrado y formación especializada es una de las dimensiones fundamentales de la internacionalización de la educación superior en estos días.

Este flujo migratorio de estudiantes móviles internacionales de tercer nivel se caracteriza por el alto nivel de selectividad escolar, social y espacial que connota. La selectividad escolar deviene en que tanto sólo es posible movilizarse en esta condición para aquellas personas que, dado su capital escolar acumulado, cuentan con los requisitos para postularse e ingresar a instituciones educativas internacionales. La selectividad social está asociada con la posición de clase media que caracteriza a las personas que han alcanzado esta trayectoria educativa y que cuentan con los recursos para asumir el esfuerzo de una formación de posgrado a nivel internacional (Bermúdez, 2015).

En la figura 10 se evidencia que el 65,00% de los directivos y docentes encuestados consideran el idioma francés importante en la formación del Administrador de Empresas, seguido el 19,00% lo consideran muy importante, y el 12,00% considera el idioma neutral y de último el 4,00% lo considera poco importante. Por otro lado, con base en la figura 10, se concluye que el 37,00% de los estudiantes consideran que el idioma francés es importante en la formación académica, seguido el 29,00% lo consideran neutral, el 23,00% considera que es muy importante, el 9,00% dicen considera que es poco importante y el 2,00% restante considera que no es importante.

Figura 10. ¿Considera importante el aprendizaje del como Administrador de Empresas?



Fuente: Elaboración propia.

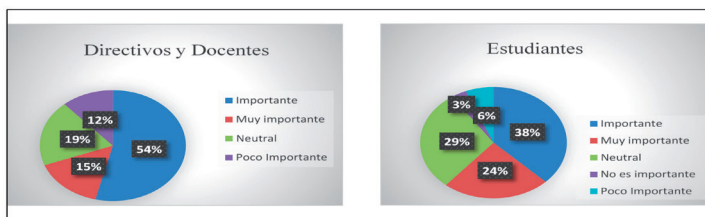
En la actualidad el idioma francés no se enseña dentro del programa de Administración de Empresas dado que hay mayor enfoque en la lengua universal y

de los negocios, el inglés; sin embargo, la mayoría de los estudiantes piensan que el idioma francés puede contribuir de manera positiva en la formación del futuro profesional y contribuir con el propósito de formar Administradores de Empresas integrales con habilidades y competencias diversas en un mundo cambiante y demandante de profesionales cada vez más competitivos.

Según Ángela Arias de la Universidad de los andes, la formación de un Administrador de Empresas “busca contribuir a la formación integral de personas, capaces de desempeñarse en una organización de forma competente y responsable”. Las áreas en las cuales se desarrolla el plan de estudios comprenden: Matemáticas, Economía, Derecho, Operaciones y Tecnología, Finanzas, Mercados, Organizaciones, Gestión y Estrategia. Adicionalmente, todos los estudiantes deben demostrar su capacidad para comunicarse en Español, así como demostrar su capacidad de leer en Inglés y el dominio de una segunda lengua extranjera (inglés, francés, italiano o alemán) (Arias, 2011).

Por una parte, en la figura 11 se puede apreciar que el 54,00% de los directivos y docentes encuestados consideran importante la inclusión del francés en el plan de estudios de programa de Administración de Empresas, el 19,00% lo consideran neutral, el 15,00% difieren en que es muy importante y el 12% en que es poco importante. Asimismo, en la figura 11 se puede observar que para el 38,00% de los estudiantes es importante que se incluya el idioma francés en el plan de estudios del programa, el 29,00% tuvo una posición neutral frente a esta pregunta, el 24,00% lo consideran muy importante, el 6,00% tuvieron en cuenta que es poco importante y el 3,00% estimaron que no es importante.

Figura 11. ¿Considera importante la inclusión del idioma francés en el plan de estudios del programa de Administración de Empresas?



Fuente: Elaboración propia.

En el plan actual del programa de Administración de Empresas, no se visualiza la opción de elegir una tercera lengua extranjera, es por esto, que más

del 60,00% de los estudiantes ven de manera positiva que se incluya una tercera lengua como el francés en el plan de estudios, dado que, sería interesante más allá del inglés, poder conocer otra lengua extranjera con el fin de fortalecer académicamente la formación y en un futuro tener un factor diferenciador que pueda contribuir en el desempeño laboral del futuro egresado del programa.

En la figura 12 se evidencia que el 46,00% de los directivos y docentes encuestados manifestaron que el francés es importante en la inserción laboral del Administrador de Empresas, posteriormente el 31,00%, estuvo de acuerdo con que es neutral, el 15,00% acordó que es muy importante y el 8,00% dijo que era poco importante. También, en la figura 12 se puede apreciar que el 35,00% de los encuestados dijeron que es importante el idioma francés en la inserción laboral, el 31,00% mencionó que es neutral, el 21,00% que es muy importante, el 9,00% que es poco importante y el 4,00% que no es importante.

Figura 12. *¿Considera importante el aprendizaje del idioma francés para el desempeño laboral del estudiante de Administración de Empresas?*



Fuente: Elaboración propia.

El dominio de una segunda o tercera lengua abre más oportunidades laborales en el mercado, ya que esta es una habilidad es tenida en cuenta principalmente en las grandes empresas como multinacionales en este caso francesas o de países de francófonos, además dominar el idioma francés permite que los Administradores de Empresas desplazarse a algún país francófono a desempeñar su rol profesional en empresas de esos países, los cuales cuentan con empresas y marcas reconocidas en todo el mundo, ya que como Francia, Suiza o Canadá entre otros, son países industriales y potentes en sus economías, además de poder complementar sus estudios en las reconocidas universidades de dichos países.

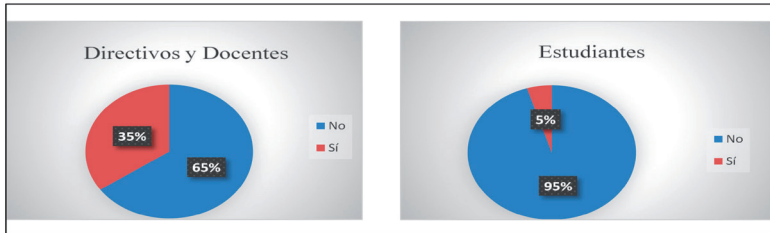
En concordancia con lo anterior, Bibila (2019) argumenta que, a nivel internacional, específicamente en Europa, el inglés es un requisito obligatorio si se desea trabajar en el viejo continente, sin embargo, el dominio de otro idioma

constituye más que un plus para que una empresa europea ofrezca un contrato laboral. De igual modo, los idiomas son emblemáticos de las culturas de cada país. A pesar de que el inglés es el idioma de trabajo que prevalece en las empresas, siempre será muy bien recibido sobre todo cuando se necesite negociar. No obstante, un italiano, un francés o un alemán valorará mucho más el hecho de que haya comunicación en su lengua materna con faltas y acentos que si le hablas en inglés. La gran mayoría de los países europeos tienen una historia cultural muy importante, hablar en inglés en cierta forma es percibido como “una sumisión” (Bibila, 2019).

De igual modo a nivel nacional según un estudio realizado por el Banco de la República de Colombia, que explica las habilidades y competencias de la formación para el trabajo, expone que las habilidades de mayor demanda serán aquellas relacionadas con competencias comunicativas, atención al cliente, trabajo en equipo, dominio de idiomas extranjeros, dominio de tecnologías de información y las técnicas de negociación y ventas. Las mayores carencias en los contenidos de programas de FpT (Formación para el Trabajo), se concentran, por su parte, en bilingüismo, competencias comunicativas y negociación y ventas (Saavedra & Medina, 2012).

La figura 13 muestra que el 65,00% de directivos y docentes encuestados no conocen instituciones académicas de países francófonos y el 35,00% sí conoce. Por otro lado, a partir de la figura 13 se concluye que el 95,00% de los estudiantes no conocen instituciones académicas de países francófonos y sólo el 5,00% argumentó que sí. Las instituciones académicas identificadas por el 5,00% de los estudiantes que respondieron de forma afirmativa son: la Alianza Francesa la cual tiene presencia en todo el mundo, Universidades Francesas como lo son, La Universidad de Lille, Universidad de Bordeaux, Universidad Paris Dauphine; En Canadá se identificó la Universidad de Montreal ubicada en Quebec y, la Universidad de Zürich en Suiza.

Figura 13. *¿Conoce instituciones académicas de países francófonos?*

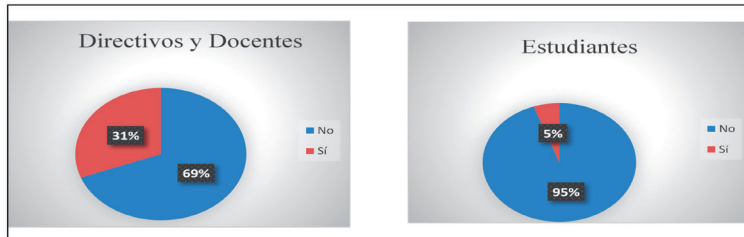


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo en lo anterior, se realizó una búsqueda de las universidades más representativas de los países francófonos según el ranking Qs Wolrd University, dónde se encontraron las siguientes universidades: Por un lado, en Francia está la Universidad de París del Sur, una de las más grandes y renombradas en el ámbito de las ciencias y las matemáticas, Universidad de Grenoble, caracterizada por ser la segunda mejor de Francia según el mencionado ranking, entre otras. Asimismo, se encuentran La Universidad de Zúrich en Suiza, la mejor de ese país y la 27 a nivel mundial, también la escuela Federal de Zurich reconocida y famosa debido a que Albert Einstein realizó sus estudios allí y se desempeñó como docente. Analizando el continente Americano, se pueden encontrar Universidades como la Universidad de Montreal y la Universidad de Laval, las mejores de Quebec siendo la 9 y 16 mejores de Canadá en el 2018 (QS World University Rankings, 2018), al mismo tiempo, es de resaltar que hay otro tipo de instituciones de Francia que se desempeñan en gran parte del mundo como es el caso de la Alianza Francesa.

En la figura 14 se evidencia que el 69,00% de los directivos y docentes encuestados no conocen empresas en países francófonos donde el estudiante de Administración de Empresas tomasino pueda realizar cualquier actividad laboral o académica y el 31,00% sí conoce. De otro lado, cómo se puede apreciar que el 95,00% de los estudiantes no conocen empresas de los países francófonos y el 5,00% sí conoce.

Figura 14. *¿Conoce empresas importantes en países francófonos donde el estudiante pueda realizar cualquier actividad académica o laboral como Administrador de Empresas?*



Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes lograron identificar las siguientes empresas en países francófonos del sector de servicios y se mencionó la empresa Suez un grupo empresarial, que principalmente trabaja en el tratamiento del agua, gestión de los residuos y mantenimiento, en el sector de la construcción está Vinci, en el sector de la educación está Education First (EF) que es una de las principales empresas dedicadas a la enseñanza de idiomas a nivel mundial, en el sector de lujo y belleza se mencionó Louis Vuitton y Vogue respectivamente y en el sector automotriz empresas como Renault, Citroën, Peugeot, todas las anteriores son empresas francesas, algunas con presencia en todo el mundo.

En Francia, por una parte, el sector del lujo es el más representativo, el que más impacto y reconocimiento tiene en el mundo, sus tres principales marcas por clasificación en valor son Louis Vuitton, Chanel, y Hermès (Ranking BrandZ de Kantar, 2019). Por ejemplo Louis Vuitton es una empresa que ofrece principalmente productos de marroquinería de lujo y perfumes, esta empresa tiene presencia física en 25 países a nivel mundial, sin embargo sus productos se pueden obtener en casi todo el mundo (Louis Vuitton, 2020).

De otra parte, en el sector de las telecomunicaciones la principal empresa proveedora de este servicio es Orange, clasificada en la posición 64 a nivel mundial dentro de las 100 empresas con más valor en el mundo (Ranking BrandZ de Kantar, 2019). La actividad comercial de esta empresa es brindar servicios de internet, televisión, telefonía fija y móvil principalmente; posee alrededor de 263 millones de clientes en el mundo y emplea a más de 100 mil personas en Francia y 170 mil en el resto del mundo (Orange, 2020).

El sector automotriz una de las principales empresas francesas es el grupo Renault la cual se fundó en 1899, su sede principal está ubicada en Boulogne-Billancourt, Francia. Esta compañía fabrica un amplio portafolio de autos y camionetas, tiene presencia en 134 países y vendió casi 3,9 millones de vehículos en 2018, cuenta con 5 marcas importantes como Renault, Dacia, Renault Samsung Motors, Alpine y Lada (Group Renault, 2020).

Respecto a la clasificación por nivel de importancia de 5 idiomas, según los directivos y docentes encuestados, con nivel de importancia 1 se encuentra el inglés, con nivel de importancia 2 el mandarín, con nivel de importancia 3 el francés, con nivel de importancia 4 el alemán y con nivel de importancia 5 el portugués y se observa la clasificación por nivel de importancia de 5 idiomas según los estudiantes de Administración de Empresas encuestados, con nivel de importancia 1 se encuentra el inglés, con nivel de importancia 2 el francés, con nivel de importancia 3 el mandarín, con nivel de importancia 4 el alemán y con nivel de importancia 5 el portugués.

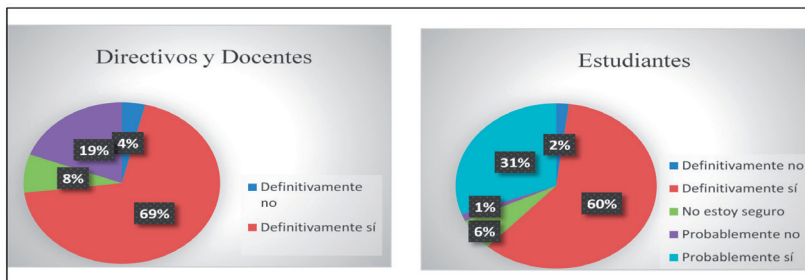
Para clasificar estos idiomas los directivos y docentes tuvieron en cuenta aspectos como el número de hablantes a nivel mundial o el uso en las relaciones comerciales de los países, en este caso es evidente que el inglés es el principal al ser una lengua universal y ser la principal lengua de los negocios, por otro lado el mandarín se encuentra de segundo lugar, dado que los encuestados argumentaron que la economía de China está en constante crecimiento y además esta tiene impacto significativo en el mundo y en Colombia por sus relaciones comerciales, posteriormente se encuentra el francés de tercero, porque es uno de los idiomas más hablados en el mundo y países como Francia o Canadá son potencias comerciales. Consecuentemente, los estudiantes manifestaron que el inglés es el idioma número 1 dado a que es la lengua universal, es la lengua principal de los negocios y es la lengua extranjera más conocida en la población estudiada. Asimismo, expresaron que el francés es una lengua muy atractiva junto con el mandarín que cada día toma más fuerza debido al crecimiento exponencial de esta economía.

El idioma inglés nació gracias a los invasores germanos que llegaron a las islas británicas procedentes de lo que actualmente es el noroeste de Alemania y Países Bajos. Al principio, esta lengua estaba compuesta por un conjunto de dialectos, entre los que destacaba el sajón occidental. A él hubo que sumar otras muchas y profundas influencias, procedentes, sobre todo, de conquistadores escandinavos (en la zona norte y este de Inglaterra, donde constituyeron un *Danelagh* o *Danelaw* pues sus leyes prevalecían sobre las anglosajonas). A estas migraciones

hay que sumar las germánicas y sobre todo los normandos que llegaron a Britania entre los siglos VIII y XI. De ahí que se pueda asegurar que el inglés actual es, en realidad, un conglomerado de influencias procedentes de Escandinavia y Europa continental. En especial, de Francia. Todas estas migraciones provocaron la extinción de las antiguas lenguas celtas y del latín que se hablaba en algunas ciudades (Pangeanic, 2020).

En la figura 15 se evidencia que el 69,00% de directivos y docentes definitivamente sí consideran aprender una tercera lengua después del inglés, luego el 19,00% sostuvo que probablemente sí, el 8,00% dijo no estar seguros y el 4,00% respondió que definitivamente no consideran aprender una tercera lengua después del inglés. De otro lado, observa que el 60,00% de los estudiantes respondieron que definitivamente sí consideran aprender una tercera lengua después del inglés, posteriormente el 31,00% sostuvo que probablemente sí consideran aprender una tercera lengua, mientras que, el 6,00% afirmó no estar seguros, el 2,00% dijo que definitivamente no y el 1,00% que probablemente no.

Figura 15. *¿Considera aprender una tercera lengua después del inglés?*



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos permiten evidenciar que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en aprender una tercera lengua después del inglés porque como profesionales con experiencia, en el caso de los directivos y docentes, son conscientes de la importancia en las habilidades lingüísticas en un mundo cada vez más unificado y relacionado, el manejo de los idiomas es muy importante para establecer una comunicación efectiva con otras personas y/o profesionales de países ajenos al español.

Una de las principales características que diferencian a un trabajador de otro es el conocimiento y dominio de un idioma extranjero. En un mundo cada

vez más globalizado y con un mayor movimiento de personas que buscan trabajo fuera de su país, dominar un idioma extranjero otorga un elemento diferenciador frente a los competidores, lo cual puede ser un factor diferenciador para acceder con mayor facilidad un empleo en el extranjero (ESERP Business school, 2020).

Conclusiones

La mayoría de estudiantes no han tenido la oportunidad de conocer el idioma francés ya que el 85,00% no han tomado clases de mencionado idioma y la mayoría de directivos, docentes y estudiantes están interesados en aprender el idioma, (92,00% y 90,00% respectivamente). El 46,00% de los directivos y docentes mencionaron el gusto por el idioma y el 47,00% de estudiantes manifestaron que más o menos les gusta, además la mayoría de directivos, docentes y estudiantes no conocen el significado de un país francófono, sin embargo, quienes sí lo conocen, lograron identificar principalmente países como Francia, Canadá y Suiza.

Directivos y docentes argumentaron la importancia de que los estudiantes de Administración de Empresas realicen movilidad internacional a países francófonos; igualmente los estudiantes, manifestaron que el principal motivo para realizar movilidad internacional es el aprendizaje del idioma francés. Directivos, docentes y estudiantes consideran importante el idioma francés en la formación del Administrador de Empresas, de igual forma manifestaron que la inclusión del idioma francés dentro del plan de estudios del programa de Administración de Empresas es importante, aunque hubo argumentos de que debería incluirse como una electiva u optativa junto con otros idiomas extranjeros. El idioma francés es importante en la inserción laboral de profesional en Administración de Empresas. Adicionalmente, el idioma inglés es el idioma más importante dado que se considera la lengua de los negocios, la lengua universal y de las más habladas en el mundo; pero es de resaltar que la mayoría de directivos, docentes y estudiantes consideran importante el aprendizaje de una tercera lengua.

Referencias

- Alianza Francesa Bucaramanga. (2019). Alianza Francesa. Bucaramanga, Colombia. Obtenido de <http://alianzafrancesa.org.co/bucaramanga/>.
- Alliance Française. (2019). ¿Pourquoi apprendre le français? Obtenido de <https://www.alliancefrancaise.cz/Pourquoi-apprendre-le-francais?lang=fr>.
- Alliance Française Merida. (2019). ¿Qué es la Francofonía? Obtenido de <http://>

- www.afmerida.org/JOOMLA/culturales/francofonia/162-que-es-la-francofonia.
- Ambassade de France à Wellington. (2016). 17 bonnes raisons d'apprendre le français. Obtenido de <https://nz.ambafrance.org/17-bonnes-raisons-d-apprendre-le>.
- Arias, A. (2011). Lineamientos para el diseño de un perfil del perfil del administrador de empresas de la Universidad Nacional sede Manizales: basado en un enfoque por competencias laborales. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/4562/1/7706540.2011.pdf>.
- Artuñedo Guillén, B. (2019). Diez motivos por los que estudiar francés tiene más ventajas de lo que imaginamos. La Nueva España. Obtenido de <https://www.lne.es/sociedad/2019/10/13/diez-motivos-estudiar-frances-ventajas/2542949.html>.
- Bayona, J. C. (2019). ¡Que vuelva el francés a las aulas! Semana. Obtenido de <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/francia-imposible-nada/articulo/importancia-de-ensenar-frances-en-las-escuelas-colombianas/625743>.
- Bermúdez Rico, R. E. (2015). La movilidad internacional por razones de estudio: Geografía de un fenómeno global. *Migraciones internacionales*, 8(1), 95-125.
- Bibila, B. (2019). Los idiomas, una estrategia para encontrar empleo en Europa. Entrepreneur. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/325690>.
- Blendex. (6 de Mayo de 2016). Hiatoria del idioma francés. Obtenido de <https://idiomasblendex.com/historia-del-idioma-frances/>.
- Carvajal Portuguez, Z. E. (2013). Enseñanza del inglés en secundaria: una propuesta innovadora. *Revista Educación*, 37(2), 79-101.
- Calderón Hernández, G., López Aguirre, E. de J. (1996). El Administrador colombiano para el siglo XXI: Su perfil y su formación. Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/5136/>.
- Callén, A. B. (2017). *Aprendizaje por proyectos, un nuevo recurso para aprender la lengua francesa*. Obtenido de Repositorio, Universidad de Zaragoza: <https://zagan.unizar.es/record/65051#>
- Correcha, E. V. (2009). PROGRAMA INTERACTIVO PARA EL APRENDIZAJE AUTÓNOMO DEL FRANCÉS. *Repositorio Universidad Libre de Colombia*. Obtenido de <https://repository.unilivre.edu>.

co/bitstream/handle/10901/10207/INVESTIGACION-MAESTRIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Donolo, D., Chiecher, A., & Rinaudo, M. (2004, April). Estudiantes, estrategias y contextos de aprendizaje presenciales y virtuales. En Primer Congreso virtual latinoamericano de educación a distancia. Obtenido de https://isfd87-bue.infed.edu.ar/sitio/upload/Chiecher20Estudiar1_1.pdf.
- Education First E. F. (2019). Los cuatro idiomas más bonitos del mundo. Obtenido de <https://www.ef.com/cl/blog/language/los-cuatro-idiomas-mas-bonitos-del-mundo/>.
- Enciclopedia de Conceptos. (2019). Concepto de Enseñanza. Obtenido de <https://concepto.de/ensenanza/>.
- ESERP Business School. (2020). Importancia de los idiomas en la empresa. Obtenido de <https://es.eserp.com/articulos/idiomas-empresariales/>
- Fondation Alliance Française. (2019). Apprendre le français comme langue étrangère (FLE). Obtenido de https://www.fondation-alliancefr.org/?page_id=28412#:~:text=Qu'est%2Dce%20que%20le,du%20fran%C3%A7ais%20%C3%A0%20des%20natifs.
- García, G. S. (Diciembre de 2015). Didácticas de enseñanza de la lengua francesa a niños de 5 a 10 años. *Respositorio Universidad de la Salle*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/lic_lenguas/216
- Gardey, J. P. (2012). Definición de Aprendizaje. Obtenido de <https://definicion.de/aprendizaje/>.
- Group Renault. (2020). Corporativo. Obtenido de <https://group.renault.com/groupe/nos-marques/>.
- González, L. (2010). Hacia una revolución francesa en la investigación sobre la didáctica del francés en Colombia. *Signo y Pensamiento*, XXIX (57), 496-504.
- Joya, J. C. (2015). Competencias específicas Tuning en programas de administración: Colombia y su región suroccidente. Obtenido de <http://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/410/928>
- La France Pittoresque. (2017). Langue française : son origine et son évolution depuis le temps des Gaulois. Obtenido de <https://www.france-pittoresque.com/spip.php?article5097>.

- Louis Vuitton. (2020). Louis Vuitton, Corporative. Obtenido de <https://www.louisvuitton.com/>.
- Luchilo, L. (2009). Movilidad de estudiantes universitarios e internacionalización de la educación superior. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>.
- Mineducación. (2015). Bases para una nación bilingüe y competitiva. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97498.html>.
- Ministerio de educación. (2005). Bases para una nación bilingüe y competitiva. Colombia: Altablero. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97498.html>.
- Orange. (2020). Orange Company. Obtenido de <https://www.orange.fr/portail>.
- Organization Internationale de la Francophonie. (2020). Francophonie. Obtenido de <https://www.francophonie.org/la-francophonie-en-bref-754>.
- Orrego, L. M., & Díaz Monsalve, A. E. (2010). Empleo de estrategias de aprendizaje de lenguas extranjeras: inglés y francés. *Íkala, Revista de Lenguaje y Cultura*, 15(24), 105-142.
- Oxford Dictionaries. (2019). Francés. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/frances>.
- Pangeanic. (2020). Historia del inglés. Obtenido de <https://pangeanic.es/conocimiento/breve-historia-del-idioma-ingles/#>.
- Pérez, A. M. (2015). Repositorio Universidad de Zaragoza. Obtenido de <file:///C:/Users/Harol/Desktop/USTA/SEMILLERO/TAZ-TFG-2015-1270.pdf>.
- Programa de Administración de Empresas. (2012). Proceso de Registro Calificado. Bucaramanga: Universidad Santo Tomás.
- QS World University Rankings. (2018). QS Top Universities. Obtenido de <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2018>.
- RAE. (2014). Cultura. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=BetrEjX>.
- Ranking BrandZ de Kantar. (2019). Brandz Top 100 most valuable. Obtenido de https://www.brandz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2019_WPP.pdf.
- Saavedra, J., & Medina, C. (2012). Formación para el trabajo en Colombia. Borradores de Economía. Obtenido de http://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/5785/be_740.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- Significados.com. (2018). Significado de Fonética. Obtenido de <https://www.significados.com/fonetica/>.
- Universia. (2018). ¿Qué hace un Administrador de Empresas? Perú. Obtenido de <http://noticias.universia.edu.pe/movilidad-academica/noticia/2013/02/28/1007867/que-hace-administrador-empresas.html>.
- Universidad Autónoma de Madrid. (s.f.). Doble titulación con la Université Paris Dauphine. Recuperado el marzo de 2019, de http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242662890885/contenidoFinal/Doble_Titulo_con_la_Universidad_Paris-Dauphine.htm.
- Universidad Autónoma de Madrid. (2019). Doble titulación con la Université Paris Dauphine. España. Obtenido de http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242662890885/contenidoFinal/Doble_Titulo_con_la_Universidad_Paris-Dauphine.htm.
- Universidad de Barcelona. (2019). Plan de estudios Administración y Dirección de Empresas. España. Obtenido de <https://www.ub.edu/portal/web/economia-empresa/graus/-/ensenyament/detallEnsenyament/5230145>.
- Universidad de Congreso. (2014). La importancia de aprender idiomas. Obtenido de <http://www.ucongreso.edu.ar/la-importancia-de-aprender-idiom/>.
- Universidad de Costa Rica. (2018). ¿Qué es la lingüística? Costa Rica. Obtenido de <http://inil.ucr.ac.cr/linguistica/que-es-la-linguistica/>.
- Universidad de Zaragoza. (2019). Plan de Estudios Administración y Dirección de Empresas. España. Obtenido de https://estudios.unizar.es/estudio/asignatura?anyo_academico=2018&asignatura_id=24901&estudio_id=20180131¢ro_id=301&plan_id_nk=454.