

### **Información Importante**

La Universidad Santo Tomás, informa que el autor han autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del catálogo en línea, página web y Repositorio Institucional del CRAI-USTA, así como en las redes sociales y demás sitios web de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor, nunca para usos comerciales.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-USTA**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**Importancia del Aprendizaje del Idioma Francés en el Programa de Administración  
de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga**

**Luis Harol Quintana Triana**

**Proyecto de investigación como requisito de grado para optar por el título de  
Administrador de Empresas**

**Directora**

**Mg. Diana Astrid Buitrago Núñez**

**Co-Director**

**Esp. Nelson Hernán Fernández**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Administración de Empresas**

**2021**

### **Agradecimientos**

Agradezco a Dios primeramente, quien me guía, quien ha puesto en mi camino a personas increíbles y quien me da la perseverancia de alcanzar mis objetivos. A mi familia por ser mi apoyo incondicional, a mis amigos que me apoyaron en el desarrollo de esta investigación, a toda la facultad de Administración de Empresas, que me facilitaron el tiempo y disposición para la elaboración del primer capítulo, y a mi directora, quien ha sido mi luz en este camino, parte importante de mi motivación y quien me da el apoyo desinteresadamente. ¡Gracias!

**Tabla de contenido**

|   | Pág. |
|---|------|
| Introducción .....  | 14   |
| 1. Importancia del Aprendizaje del Idioma Francés en el Programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga..... | 16   |
| 1.1 Planteamiento del Problema .....  | 16   |
| 1.2 Formulación del Problema.....   | 19   |
| 1.3 Objetivos.....  | 19   |
| <i>1.3.1 Objetivo General</i> .....   | 19   |
| <i>1.3.2 Objetivos Específicos</i> .....  | 19   |
| 1.4 Justificación .....   | 20   |
| 2. Marco Referencial.....   | 21   |
| 2.1 Marco de Antecedentes.....  | 21   |
| <i>2.1.1 Internacional</i> .....  | 22   |
| <i>2.1.2 Nacional</i> .....   | 23   |
| 2.2 Marco Teórico.....  | 26   |
| <i>2.2.1 Lengua Francesa</i> .....  | 26   |
| <i>2.2.2 Evolución del Francés Lengua Extranjera, FLA</i> .....   | 26   |
| <i>2.2.3 Alianza Francesa</i> .....   | 27   |
| <i>2.2.4 Aprendizaje del Idioma Francés en la Alianza Francesa</i> .....  | 29   |

|  |    |
|--|----|
| 2.2.5 Exámenes Oficiales .....   | 33 |
| 2.2.6 Programa de Administración de Empresas Seccional Bucaramanga ..... | 33 |
| 2.3 Marco conceptual.....  | 35 |
| 2.3.1 Aprendizaje .....  | 35 |
| 2.3.2 Enseñanza .....  | 36 |
| 2.3.4 Francés .....  | 36 |
| 2.3.5 Francofonía.....   | 36 |
| 2.3.6 Lingüística.....   | 37 |
| 2.3.7 Cultura .....  | 37 |
| 2.3.10 Fonética .....  | 38 |
| 3. Diseño Metodológico.....  | 39 |
| 3.1 Tipo de Investigación.....   | 39 |
| 3.2 Recolección de Datos.....  | 39 |
| 3.3 Fuentes de Información.....  | 40 |
| 3.3.1 Primarias .....  | 41 |
| 3.3.2 Secundarias .....  | 41 |
| 3.4 Población.....   | 41 |
| 3.5 Muestreo Probabilístico .....  | 41 |
| 3.5.1 Operacionalización de variables .....                              | 42 |
| 3.5.2 Número de Directivos y Docentes.....                               | 42 |

|  |     |
|--|-----|
| 3.5.3 <i>Número de Estudiantes</i> ..... | 43  |
| 4. Resultados .....                      | 43  |
| 5. Conclusiones .....                    | 150 |
| Referencias .....                        | 152 |
| Apéndices .....                          | 164 |

| <b>Lista de tablas</b>  | <b>Pág.</b> |
|---|-------------|
| <b>Tabla 1.</b> <i>Recolección de datos.</i> .....  | 39          |
| <b>Tabla 2.</b> <i>Operacionalización de variables.</i> .....   | 42          |
| <b>Tabla 3.</b> <i>Clasificación según los directivos y docentes de los motivos más relevantes para realizar movilidad internacional a países francófonos, siendo 1 el de mayor importancia y 9 el de menos importancia</i> ..... | 62          |
| <b>Tabla 4.</b> <i>Clasificación según los estudiantes de los motivos más relevantes para realizar movilidad internacional a países francófonos, siendo 1 el de mayor importancia y 9 el de menos importancia</i> .....           | 63          |
| <b>Tabla 5.</b> <i>Clasificación según los directivos y docentes por nivel de importancia de los siguientes idiomas, siendo el 1 de mayor relevancia y el 5 el de menor.</i> .....  | 75          |
| <b>Tabla 6.</b> <i>Clasificación según los estudiantes por nivel de importancia de los siguientes idiomas, siendo el 1 de mayor relevancia y el 5 el de menor.</i> .....  | 76          |
| <b>Tabla 7.</b> <i>Clasificación de las universidades más importantes de países francófonos con relación a Administración de Empresas según ranking QS World University 2020.</i> .....   | 84          |
| <b>Tabla 8.</b> <i>Clasificación de las Escuelas de Negocios más importantes de países francófonos con relación a la Administración de Empresas según ranking QS Global MBA Ranking.</i> .....                                    | 85          |
| <b>Tabla 9.</b> <i>Clasificación mundial de las Empresas Francófonas con las marcas más evaluadas en el mundo según el ranking Brands Finance global 500, 2020.</i> .....   | 138         |
| <b>Tabla 10.</b> <i>Número de empleados por empresa.</i> .....  | 143         |

| <b>Lista de figuras</b>  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| <b>Figura 1.</b> <i>¿Ha recibido clases de francés en algún momento de su vida? (directivos y docentes)</i><br>.....   | 44          |
| <b>Figura 2.</b> <i>¿Ha recibido clases de francés en algún momento de su vida? (Estudiantes)</i> .....  | 44          |
| <b>Figura 3.</b> <i>¿En qué nivel de formación recibió las clases de francés? (directivos y docentes)</i> ...  | 46          |
| <b>Figura 4.</b> <i>¿En qué nivel de formación recibió las clases de francés? (estudiantes)</i> .....  | 46          |
| <b>Figura 5.</b> <i>¿En qué modalidad recibió las clases de francés? (directivos y docentes)</i> .....   | 48          |
| <b>Figura 6.</b> <i>¿En qué modalidad recibió las clases de francés? (estudiantes)</i> .....   | 48          |
| <b>Figura 7.</b> <i>¿En qué institución recibió las clases de francés? (directivos y docentes)</i> .....   | 49          |
| <b>Figura 8.</b> <i>¿En qué institución educativa recibió las clases de francés?(estudiantes)</i> .....  | 49          |
| <b>Figura 9.</b> <i>¿Le gustaría aprender el idioma francés? (directivos y docentes)</i> .....   | 51          |
| <b>Figura 10.</b> <i>¿Le gustaría aprender el idioma francés? (estudiantes)</i> .....  | 51          |
| <b>Figura 11.</b> <i>¿Considera que aprender el idioma es? (directivos y docentes)</i> .....   | 54          |
| <b>Figura 12.</b> <i>¿Considera que aprender el idioma es? (estudiantes)</i> .....   | 54          |
| <b>Figura 13.</b> <i>¿Qué tanto le gusta el idioma francés? (directivos y docentes)</i> .....  | 56          |
| <b>Figura 14.</b> <i>¿Qué tanto le gusta el idioma francés? (estudiantes)</i> .....  | 56          |
| <b>Figura 15.</b> <i>¿Sabe lo que significa que un país sea francófono?(directivos y docentes)</i> .....   | 57          |
| <b>Figura 16.</b> <i>¿Sabe lo que significa que un país sea francófono? (estudiantes)</i> .....  | 57          |
| <b>Figura 17.</b> <i>¿Considera importante que el estudiante de Administración de Empresas realice<br/>movilidad internacional a países francófonos? (directivos y docentes)</i> ..... | 59          |
| <b>Figura 18.</b> <i>¿Ha considerado realizar movilidad internacional a países francófonos? (estudiantes)</i><br>.....   | 59          |



|   |    |
|---|----|
| <b>Figura 19.</b> <i>¿Considera importante el aprendizaje del idioma francés en el estudiante de Administración de Empresas? (directivos y docentes) .....</i>  | 65 |
| <b>Figura 20.</b> <i>¿Considera importante el aprendizaje del idioma francés en su formación académica como Administrador de Empresas? (estudiantes) .....</i>  | 65 |
| <b>Figura 21.</b> <i>¿Considera importante la inclusión del idioma francés en el plan de estudios del programa de Administración de Empresas? (directivos y docentes) .....</i>   | 67 |
| <b>Figura 22.</b> <i>¿Considera importante la inclusión del idioma francés en el plan de estudios del programa de Administración de Empresas? (estudiantes).....</i>  | 67 |
| <b>Figura 23.</b> <i>¿Considera importante el aprendizaje del idioma francés para el desempeño laboral del estudiante de Administración de Empresas? (directivos y docentes).....</i>   | 69 |
| <b>Figura 24.</b> <i>¿Considera importante aprender el idioma francés para su inserción laboral como Administrador de Empresas? (estudiantes).....</i>  | 69 |
| <b>Figura 25.</b> <i>¿Conoce instituciones académicas de países francófonos que puedan fortalecer la formación académica y en el idioma francés del estudiante de Administración de Empresas? (directivos y docentes) .....</i> | 71 |
| <b>Figura 26.</b> <i>¿Conoce instituciones académicas de países francófonos que puedan fortalecer su formación académica y en el idioma francés en algún país francófono? (estudiantes).....</i>                                | 71 |
| <b>Figura 28.</b> <i>¿Conoce empresas importantes en países francófonos donde el estudiante pueda realizar cualquier actividad académica o laboral como Administrador de Empresas? (directivos y docentes) .....</i>            | 73 |
| <b>Figura 27.</b> <i>¿Conoce empresas importantes en países francófonos donde pueda realizar cualquier actividad académica o laboral como Administrador de Empresas? (estudiantes) .....</i>                                    | 73 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Figura 29.</b> <i>¿Considera aprender una tercera lengua después del inglés? (directivos y docentes)</i> ..... | 78  |
| <b>Figura 30.</b> <i>¿Considera aprender una tercera lengua después del inglés? (estudiantes)</i> .....           | 78  |
| <b>Figura 31.</b> <i>Instituciones de Educación Superior (IES) por país</i> .....                                 | 86  |
| <b>Figura 32.</b> <i>Carácter de las Instituciones de Educación Superior (IES)</i> .....                          | 89  |
| <b>Figura 33.</b> <i>Programas de estudio en las Universidades</i> .....  | 95  |
| <b>Figura 34.</b> <i>Programas de estudio en las Escuelas de Negocios</i> .....                                   | 95  |
| <b>Figura 35.</b> <i>Modalidad de los programas de pregrado</i> .....   | 97  |
| <b>Figura 36.</b> <i>Modalidad de los programas de maestría</i> .....   | 97  |
| <b>Figura 37.</b> <i>Duración de los programas de pregrado por semestres</i> .....                                | 100 |
| <b>Figura 38.</b> <i>Duración de los programas de Maestría por semestres</i> .....                                | 100 |
| <b>Figura 39.</b> <i>Requisitos de admisión para pregrado</i> .....   | 101 |
| <b>Figura 40.</b> <i>Requisitos de Admisión para maestría</i> .....   | 101 |
| <b>Figura 41.</b> <i>Países francófonos donde se encuentran las principales empresas</i> .....                    | 123 |
| <b>Figura 42.</b> <i>Ciudades dónde se encuentran las principales empresas</i> .....                              | 125 |
| <b>Figura 43.</b> <i>Sectores de las empresas francófonas analizadas</i> .....                                    | 129 |
| <b>Figura 44.</b> <i>Años en el sector de las empresas por rangos</i> .....                                       | 133 |
| <b>Figura 45.</b> <i>Número de países en los que las empresas tienen presencia por rangos</i> .....               | 146 |

**Lista de Apéndices****Pág.**

|   |     |
|---|-----|
| <b>Apéndice A.</b> Certificado ponente, en el segundo encuentro internacional de Investigación Universitaria, 2018..... | 164 |
| <b>Apéndice B.</b> Certificado ponente. Congreso internacional de investigación Red Riaco, 2019.                        | 165 |
| <b>Apéndice C.</b> Ponencia XI Congreso Internacional de Investigación UFPSO.....                                       | 166 |
| <b>Apéndice D.</b> Póster Congreso de Investigación Alberto Margno .....  | 167 |
| <b>Apéndice E.</b> Artículo de investigación publicado en la revista Gestión y Desarrollo Libre. ....                   | 168 |

### Resumen

La presente investigación plantea la necesidad de apropiación del idioma francés como una segunda o tercera lengua en el Administrador de Empresas. El objetivo general fue analizar la importancia del aprendizaje del idioma francés destacando la percepción de directivos, docentes y estudiantes, además de describir IES y empresas importantes de países francófonos, tomando como principales referentes teóricos la Alianza Francesa y el Programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.

La investigación es descriptiva, la recolección de datos es mixta, las fuentes primarias son directivos, docentes y estudiantes, las fuentes secundarias son libros, artículos, trabajos de grado, entre otros, relacionados con el tema de investigación. La población es el programa de Administración de Empresas y la muestra es aleatorio simple de 147 estudiantes del programa de Administración de Empresas y por censo de 4 directivos, 22 docentes.

Por un lado se obtuvo entre los resultados más relevantes que el 85% de los estudiantes no han tenido ningún contacto con el idioma, sin embargo el 90% manifestaron estar interesados en Aprenderlo al igual que el 92% de los directivos y docentes, los estudiantes en un 37% lo consideran importante y en un 23% muy importante. Por otro lado se tomó 15 IES del ranking QS World University destacándolas por su alto nivel investigativo de carácter científico, además de que son centros multiculturales que enriquecen la experiencia universitaria. Y finalmente se tomó 16 empresas del ranking Brands finance global 500, donde se destacaron sectores como el del lujo en Francia, siendo este país el más fuerte en el mundo en esta actividad económica, también se destacó a Suiza y la provincia canadiense, Quebec.

*Palabras clave:* Francés, Administrador de Empresas, Aprendizaje, Percepción, Países Francófonos.

### **Abstract**

The present investigation raises the need for appropriation of the French language as a second or third language in the Business Administrator. The general objective was to analyze the importance of learning the French language, highlighting the perception of managers, teachers and students, in addition to describing IES and important companies in French-speaking countries.

The research is descriptive, the data collection is mixed, the primary sources are managers, teachers and students, the secondary sources are books, articles, graduate work, among others, related to the research topic. The population is from the Business Administration program and the sample is simple random of 147 students from the Business Administration program and by census of 4 managers, 22 teachers.

On the one hand, it was obtained among the most relevant results that 85% of the students have not had any contact with the language, however 90% said they were interested in learning it, as did 92% of the directors and teachers, the students 37% consider it important and 23% very important. On the other hand, 15 IES were taken from the QS World University ranking, highlighting them for their high level of scientific research, in addition to being multicultural centers that enrich the university experience. And finally, 16 companies were taken from the Brands finance global 500 ranking, where sectors such as luxury in France stood out, this country being the strongest in the world in this economic activity, Switzerland and the Canadian province, Quebec.

*Key Words:* French, Business Administrator, Learning, Perception, Francophone Countries.

## **Introducción**

El dominio de una segunda lengua en todas las profesiones hoy en día es un factor determinante en el ámbito laboral y académico, ya que manejar otros idiomas le abre a los profesionales las puertas para ejercer su respectiva profesión en un lugar diferente a su lugar de origen, o si bien este tiene el deseo de seguir formándose profesionalmente en otros países, una segunda o tercera lengua facilita esta posibilidad.

Debido a lo anterior nace la necesidad de investigar sobre la importancia de una de las lenguas más habladas en el mundo, la Lengua Francesa, o denominado de otro modo, el idioma francés. Sin embargo en la presente investigación, se le da un enfoque a un área del conocimiento, específicamente, al área de la Administración de Empresas.

Es por esto que en el desarrollo de este proyecto se analizó la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga lo anterior determinado desde la percepción de los directivos, docentes y estudiantes del programa frente a la importancia de aprender esta lengua. Lo anterior se hizo por medio de un cuestionario haciendo de la recolección de datos mixta. Por otro lado, se detallaron algunas instituciones de educación superior (IES) relacionadas con programas de Administración de Empresas en países francófonos, con el fin de conocer IES con las que posiblemente el Administrador de Empresas de la Universidad Santo Tomás pueda realizar movilidades académicas o pasantías profesionales siempre y cuando exista algún convenio que posibilite estas acciones. Y finalmente se realizó un análisis del desarrollo empresarial de algunos países francófonos con el fin de mostrar la posible oferta laboral y el impacto de sus empresas en estas naciones y el mundo.

De igual modo, en el marco teórico se expone el idioma francés partiendo desde una aproximación a su definición, de su evolución en la historia hasta la concepción de este en la actualidad y se hace énfasis en la Alianza Francesa, ya que esta entidad es parte fundamental de esta investigación al ser pilar en la enseñanza de este idioma.

Por otra parte, respecto a la metodología para la elaboración de este proyecto, se puede decir que la investigación es de tipo descriptiva, el tipo de recolección de datos es mixta, las fuentes de información son primarias y secundarias y finalmente el muestreo es probabilístico por aleatorio simple dónde se planteó una muestra de 147 estudiantes y por censo 4 directivos y 22 docentes del programa de Administración de Empresas.

## **1. Importancia del Aprendizaje del Idioma Francés en el Programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

El aprendizaje de una lengua extranjera en la formación profesional es necesaria para el pleno desempeño académico y laboral del egresado del programa 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 y financiera 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 agregar 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, entre otras en Francia, 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.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿Cómo sensibilizar a directivos, docentes y estudiantes 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?

## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo General***

Analizar la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.

### ***1.3.2 Objetivos Específicos***

- Describir la percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas.
- Detallar Instituciones de Educación Superior relacionadas con el programa de Administración de Empresas en países francófonos.
- Explicar el desarrollo empresarial en países francófonos que permitan la inserción laboral del Administrador de Empresas tomasino.

#### **1.4 Justificación**

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 quienes apenas se están formando en ésta área del conocimiento es de gran relevancia apropiar 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).

Esta investigación es de gran relevancia, ya que analizó la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga. Con el propósito de motivar el aprendizaje del francés en directivos, docentes y estudiantes del programa y aprovechar así de manera más eficiente las diferentes estrategias didácticas adelantadas por el ILCE. Los egresados del programa de Administración de Empresas pueden desempeñarse en cualquier organización pública o privada nacional o internacional, y sobre todo en el ámbito internacional cuando ya se tiene el dominio del idioma inglés, además si el estudiante maneja un tercer idioma como el francés tendrá mayor posibilidad de ingresar con su perfil ocupacional a países francófonos. 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...). Ya que Francia, es el quinto poder comercial, atrae a empresarios, investigadores y los mejores estudiantes extranjeros (Ambassade de France à Wellington, 2016).

De acuerdo a lo anterior según la alianza francesa, más de 200 millones de personas hablan francés en los cinco continentes siendo la tercera lengua más hablada en el mundo, es una lengua para encontrar empleo, es la lengua de la cultura, es una lengua para viajar, es una lengua para estudiar en las universidades de países francófonos, es una lengua de las relaciones internacionales, es una lengua para abrir fronteras, es una lengua fácil de aprender, es una lengua para aprender otras lenguas y es la lengua del amor y el pensamiento (Alliance Française, 2019).

Finalmente, los beneficiados con esta investigación serán en primer lugar 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.

## **2. Marco Referencial**

### **2.1 Marco de Antecedentes**

Realizando una minuciosa búsqueda sobre la importancia del aprendizaje del idioma francés en programas de Administración de Empresas a nivel departamental, nacional e

internacional, no se hallaron investigaciones específicas sobre el tema. Por lo anterior la presente investigación es de gran relevancia y pertinencia dado que el idioma francés es una de las lenguas extranjeras más importantes en el mundo después del inglés. Es de resaltar que el idioma inglés ha sido objeto de estudio por varias instituciones académicas e investigadores desde varias perspectivas como la importancia de este y estrategias para su apropiación. Sin embargo, se halló que si hay investigaciones relacionadas con el francés pero abordadas desde otras perspectivas, por lo tanto se presentará una descripción detallada de las investigaciones realizadas en torno al aprendizaje y enseñanza del idioma francés.

### ***2.1.1 Internacional***

En primer lugar, se encontró una investigación de la universidad de Zaragoza en España realizada por Ana Belén Mallor Callén, en su momento estudiante de la facultad de educación quién elaboró su proyecto denominado:

“Aprendizaje por proyectos, un nuevo recurso para estudiar la lengua francesa.” En el que ella expone que el principal objetivo de su investigación es emplear una novedosa metodología activa conocida como “ABD o BPL,” todo con el fin de trabajar un proyecto de aula, centrado en el aprendizaje de la lengua francesa con los alumnos de sexto de educación primaria. Entonces, ella cita al autor José Sánchez, (2013) que señala que el aprendizaje por proyectos es un conjunto de tareas de aprendizaje basada en la resolución de preguntas y/o problemas, que implica al alumnado en el diseño y planificación del aprendizaje, en la toma de decisiones y en procesos de investigación. Por tanto ella utilizó como metodología para diseñar proyectos de aprendizaje un modelo Canvas en el que plantea recursos, herramientas TIC, organización del alumnado, difusión del proyecto, métodos de evaluación, estándares de aprendizaje, competencias claves, tareas y por

último resultados. En conclusión ella trata de justificar que el uso de metodologías activas, donde la creación de un juego es el eje que permite trabajar el aprendizaje de la “Segunda Lengua extranjera, Francés” de modo más interesante, global e integrador (Callén, 2017). Asimismo, se halló otra investigación realizada en la misma institución de educación superior, esta vez por la investigadora Alicia Martínez llamado:

Sensibilización intercultural en el aula de francés con el proyecto “Nous Sommes un” en el que muestra una perspectiva diferente del aprendizaje de la lengua francesa donde la autora explica que está dirigido a alumnos de quinto grado de primaria en una escuela bilingüe destinado a la sensibilización intercultural de los alumnos en el aula de francés. Dicho proyecto estuvo basado en el aprendizaje por tareas y compuesto por diez sesiones donde se desarrollaron distintos aspectos culturales sobre las cinco culturas co-existentes en el aula siendo la española, mejicana, francesa, egipcia y china. Esta investigación fue de carácter cualitativo. La autora concluye que la enseñanza-aprendizaje de una lengua extranjera favorece el desarrollo de la competencia cultural e intercultural, ya que estudiar una lengua conlleva el estudio simultáneo de su cultura, lo que ayuda a entender y comprender la lengua de ese país, por lo tanto el aprendizaje de una lengua debe estar ligado al aprendizaje de su cultura, además de ser este un aspecto motivador para el aprendizaje de su cultura en el contexto escolar (Perez, 2015).

### ***2.1.2 Nacional***

Por otra parte, se encontró un trabajo de grado realizado por Geraldine Bernal García estudiante de la Universidad de la Salle de la facultad de ciencias de la educación, denominado “didácticas de enseñanza de la lengua francesa a niños de 5 a 10 años”. Donde su objetivo principal fue:

Ubicar cuales son las didácticas más apropiadas para la enseñanza del francés como lengua extranjera para los estudiantes de la institución educativa distrital “la inmaculada” en Bogotá Colombia. Esta investigación fue de tipo cualitativa porque según la autora existen muy pocas metodologías y didácticas que se concentren específicamente en la enseñanza de una segunda lengua para niños, teniendo en cuenta que el aprendizaje de ellos es principalmente visual y sensorial. Se concluyó que las competencias comunicativas son las más óptimas para la enseñanza y el aprendizaje del francés y se utilizaron herramientas didácticas como dibujos, canciones y videos. En esta investigación se logró descubrir e interactuar con los estudiantes de forma que pudieron explotar sus conocimientos, aprender nuevos conceptos para evolucionar a nivel social y cultural (García, 2015).

Adicionalmente, hay otra investigación de las ciencias de la educación realizada en la Universidad Libre de Colombia por Elizabeth Villareal Correcha, estudiante de maestría en su momento. Esta investigación fue nombrada por la autora como:

“Programa interactivo para el aprendizaje autónomo del francés” en el cual ella identificó como problema de investigación, ¿Cómo mejorar el trabajo autónomo y las competencias comunicativas en FLE de los estudiantes de licenciatura en Educación Básica con énfasis en humanidades e idiomas de la Universidad Libre de Bogotá? asimismo, su objetivo específico fue diseñar una estrategia didáctica para docentes y estudiantes de licenciatura en Educación Básica con énfasis en humanidades e idiomas de la Universidad Libre de Bogotá, como herramienta para mejorar el desarrollo de la autonomía y la competencia comunicativa en FLE, mediante el uso de los recursos de internet. En esta investigación se utilizó como metodología la recolección de información no estandarizada, teniendo como punto de partida el estudio previo realizado por los estudiantes de pregrado sobre el nivel de francés de quienes estaban por salir. En conclusión del



trabajo realizado por esta autora se establece la necesidad urgente de continuar trabajando en la creación de nuevas estrategias que sirvan para mejorar las competencias del francés lengua extranjera, además se diseñó una guía interactiva, un recurso didáctico para el aprendizaje del francés que facilita y agiliza la búsqueda de información, ampliando y mejorando las posibilidades de trabajo con los recursos de internet (Correcha, 2009).

Se puede decir entonces, que el francés ha sido objeto de estudio en las universidades tanto nacionales como internacionales, sin embargo se aprecia que el mayor enfoque que le han dado es a la creación de diferentes estrategias para su aprendizaje, estrategias que según lo revisado están orientadas a mejorar la manera de enseñar esta lengua a fin de hacer más eficaz su respectiva apropiación. También se puede analizar que dependiendo del ciclo de vida del alumnado, las estrategias cambian para acoplarse de la manera más óptima a las necesidades lingüísticas de determinada población. Consecuentemente, el área que más ha estudiado estos aspectos ha sido la de la educación, ya que como se puede ver en los párrafos anteriores, es esta área del conocimiento la que más ha estado en el proceso de investigación de la enseñanza de este idioma tan importante y la mejor manera de aprenderlo.

Finalmente, se realizó una revisión de las habilidades con las que debe contar un Administrador de Empresas para su mejor desempeño en el mundo empresarial Colombiano donde se destacan principalmente habilidades de creatividad, capacidad de investigación, pensamiento crítico y liderazgo, sin embargo según lo revisado, también se demandan habilidades lingüísticas como el manejo de otro u otros idiomas como lo menciona Calderón y López en su libro “El Administrador colombiano para el siglo XXI”, donde argumentan el dominio que debe tener el Administrador sobre todos los procesos y fases de la comunicación, a cualquier nivel y bajo la utilización de cualquier medio, tomando también elementos tan esenciales como lo es el buen

manejo del lenguaje y el conocimiento de otro u otros idiomas que le permitan con facilidad desenvolverse en otros medios. Además añaden que se considera importante que el profesional a parte de conocer al menos otro idioma diferente al español, tenga cualidades y habilidades que le permitan comunicarse fácilmente frente a toda clase de públicos, sobre la cual expresan que no es sólo primordial para el Administrador de Empresas de hoy, sino para cualquier tipo de profesional o persona que se desenvuelva en el mundo de los negocios, debido a las nuevas situaciones que se vivencian en el mundo, los procesos de apertura e internacionalización de las economías, principalmente de los países en vía de desarrollo (Calderón y López, 1996).

## **2.2 Marco Teórico**

### ***2.2.1 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).

### ***2.2.2 Evolución del Francés Lengua Extranjera, FLA***

**2.2.2.1 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).

**2.2.2.2 La Edad Media.** En esta época (siglo IX-XI), aparecieron las primeras obras literarias entre las que se destacan “El cantar de Roldan” y “La secuencia de santa Eulalia” y con ellos la expansión y fortalecimiento de la lengua francesa, donde empieza a tener mayor relevancia que las otras lenguas de la Galia del norte enriqueciendo su uso. Para los siglos XII Y XIII el idioma francés empieza a atravesar cambios abruptos que contribuyeron a la evolución de esta lengua romance que sobresalía sobre otros dialectos del territorio (La France Pittoresque, 2017).

**2.2.2.3 Periodo Moderno.** Para el siglo XVI, el vocabulario francés fue muy modificado: para esto se estudió la literatura antigua, ya que se vio la necesidad de expresar ideas basadas en fuentes clásicas, de esta manera se aumentó el número de palabras, los académicos tomaron préstamos del latín, mientras que la extensión de las relaciones comerciales, artísticas y políticas con España e Italia hizo que se adoptara una gran cantidad de palabras extranjeras (La France Pittoresque, 2017).

### ***2.2.3 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).

En el año 1944 los lazos de amistad y diferentes afinidades entre Francia y Colombia dan origen a la denominada Alianza Colombo Francesa, adicionalmente el 13 de junio de 1979, los gobiernos de la República de Colombia y de la República de Francia suscribieron un Acuerdo Marco de Cooperación Cultural con el fin de estrechar el intercambio de los dos países en los campos de la educación, las ciencias y las artes, así como de desarrollar su colaboración en el campo cultural. La Alianza ha sido desde entonces un importante instrumento en la ejecución de tales objetivos (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

Actualmente la Alianza Colombo Francesa de Bucaramanga cuenta con dos sedes, la principal ubicada en la calle 42 37 – 19 y la sede complemento ubicada en la carrera 38 42 – 10. Por todo lo antes expuesto y por el valioso aporte que ha hecho la Alianza Colombo Francesa, el

Ministerio de Educación Nacional, mediante Resolución N° 4089 del 13 de septiembre 2005, le otorgó la medalla Simón Bolívar en la categoría “Cruz de Oro” y el Ministerio de Cultura, mediante Resolución No. 1474 de 24 de octubre de 2005, le otorgó la condecoración “Gran Orden Ministerio de Cultura”. Así, la Alianza Colombo Francesa ha logrado posicionarse como una institución de referencia en el campo de la lengua, la cultura y la civilización francesa. En la ciudad de Bucaramanga se firmó un convenio en el año 2007 con el Municipio de Bucaramanga, la Embajada de Francia en Colombia, las Universidades y el Sena para desarrollar procesos y actividades culturales y académicas. Hoy en la Ciudad de Bucaramanga Universidades como la Industrial de Santander UIS, Autónoma de Bucaramanga UNAB, las Unidades Tecnológicas de Santander UTS, Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI adelantan convenios de doble titulación e intercambios con Universidades francesas (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

#### ***2.2.4 Aprendizaje del Idioma Francés en la Alianza Francesa***

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 desde niños, adolescentes, adultos, estudiantes, trabajadores, jubilados. Todos experimentan el francés, guiados por más de 8000 maestros especialistas de FLE (Fondation Alliance Française, 2019).

Para esto la Alianza Francesa (2019), utiliza estrategias pedagógicas para facilitar el aprendizaje de esta lengua de las cuales se pueden resaltar las siguientes:

**2.2.4.1 El Cine: Elemento Motor de Aproximación Cultural.** La película se ha convertido en un material didáctico importante, que merece una adecuada explotación en el salón

de clase. Es la razón principal por la que se brinda esta modalidad de enseñanza dado que, ciertamente, la película permite contribuir con los procesos de aprendizaje lingüístico de la lengua francesa pero, igualmente, de la competencia intercultural que se deben promover en los cursos. Este taller permite establecer una reflexión sobre la importancia de la competencia intercultural, a partir de la base teórica propuesta por el Consejo de Europa. Además de ello, se construye una base de datos (Fichas Pedagógicas) destinada a explorar lo Intercultural, no sólo de la cultura francófona en sí sino también del impacto de la cultura francófona en el contexto colombiano (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

**2.2.4.2 El Alfabeto Fonético Internacional, API.** Se aborda la importancia para un alumno de lengua extranjera de conocer el Alfabeto Fonético Internacional. Esta herramienta permite al estudiante, por ejemplo, conocer rápida y fácilmente la pronunciación de una palabra con sólo ver la transcripción fonética propuesta en el diccionario. Se trabaja sobre la transcripción de palabras y enunciados del alfabeto hacia el API y viceversa. De esta manera se busca motivar e invitar a los docentes a enseñar el API y proponer este tipo de actividades desde las primeras horas de clase, en particular con los estudiantes de libro 1 y 2. Esta práctica es obligatoria en algunos Institutos Franceses alrededor del mundo y el resultado en la pronunciación de los alumnos es muy positivo. Por otro lado, retoman conceptos fundamentales e indispensables para todo maestro de francés, como el trapecio vocálico, por ejemplo (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

**2.2.4.3 Interacción y Dinámica de Grupo.** El objetivo de esta sesión de aprendizaje es analizar y aprender técnicas que faciliten la dinámica de grupo en clase, con miras a crear un

ambiente propicio para el desarrollo de competencias lingüísticas y comunicativas de los alumnos, a través de actividades lúdicas que motiven la participación activa de todos los miembros del grupo: técnicas alternativas de clase frente a los ejercicios “clásicos” de sistematización, comprensión y producción, adaptables a diversos contextos de aprendizaje (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

**2.2.4.4 La Lengua Quebequense.** Esta formación permite a los participantes tener un conocimiento más profundo sobre la lengua quebequense: origen, expresiones de Quebec y de Canadá, blasfemias, fonéticas (francés standard/quebequense) (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

**2.2.4.5 Actividades Lúdicas en Clase de Lenguas.** En esta parte se brinda la oportunidad de descubrir estrategias de enseñanza dirigidas a un público joven a través de actividades lúdicas que puedan ser utilizadas con una gran riqueza de adaptaciones, lo que hace las clases más motivantes y dinámicas a la vez que se refuerzan las actividades lingüísticas. En pocas palabras, se trata de un taller práctico y divertido para variar y enriquecer las prácticas de clase en una perspectiva accional (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

**2.2.4.6 Edmodo.** Edmodo brinda a la clase un contexto digital de trabajo completo para compartir documentos y recursos, manejar la organización diaria de la clase, proponer tareas y actividades en línea, comunicar, interactuar y seguir el avance de los alumnos gracias a las herramientas que se integran. Este tipo de aplicación tiene como objetivo facilitar el acceso a contenidos almacenados en espacios digitales de trabajo en línea de tipo LMS (Learning

Management System). Esto permite al docente crear sus propios recursos y actividades para la clase (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

**2.2.4.7 La Especificidad de la Enseñanza de la Fonética a un Público Hispanohablante.** El taller se dirige a docentes interesados en identificar las dificultades de pronunciación del público hispanohablante así como adquirir o desarrollar las competencias necesarias para la puesta en marcha de una enseñanza de la pronunciación del francés adaptada al público y conocer los nuevos recursos. En la primera parte, los participantes identificarán los errores de pronunciación de los hispanohablantes; en la segunda parte, se analizarán los factores que provocan o favorecen la aparición de estos errores; finalmente, una tercera parte será destinada a la adquisición de los principios de enseñanza y de corrección de la pronunciación con el fin de ser capaces posteriormente de programar y dirigir actividades fonéticas específicas (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

Con frecuencia, la lengua francesa se conoce por ser hablada en países como Francia, Canadá y Bélgica; aunque la cultura sea diferente en cada uno de estos países, se sabe que presenta algunos puntos en común. Pocas personas saben sin embargo que en África el francés es el idioma oficial de países cuyas costumbres y valores son diferentes, incluso opuestos a los de los países del hemisferio norte. Es la razón por la cual parece interesante sensibilizar tanto a profesores como a alumnos hacia la cultura de estos países de África en donde la lengua francesa muestra aspectos bastante particulares y en donde las culturas hacen gala de grandes riquezas con sus cuentos populares, instrumentos atípicos, costumbres culinarias y de vestido bien definidas. El objetivo de este taller es permitir el descubrimiento de estos aspectos culturales, acercándose a las “facetas africanas” de la francofonía (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).



### ***2.2.5 Exámenes Oficiales***

**2.2.5.1 DELF (B2) y DALF (C1 y C2).** Dado que el sistema educativo colombiano no incluye una diferencia práctica entre algunos tipos de redacción, La Alianza Francesa estipula que es muy pertinente y útil para el evaluador o para un redactor, el conocer la estructura de estas producciones escritas con el fin, por un lado, de corregir mejor los exámenes y, por otro lado, de integrar con mayor frecuencia esta metodología de los escritos DELF-DALF en las clases de francés. En suma, el taller buscará revisar algunos elementos de base con el fin de identificar el rigor de la redacción de la producción escrita de los niveles B2, C1 y C2 (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

### ***2.2.6 Programa de Administración de Empresas Seccional Bucaramanga***

El programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga es un programa que busca cumplir con las exigencias nacionales e internacionales en el marco empresarial en cuanto a la inserción laboral de los egresados en Administración de Empresas, quién es formado integralmente para desempeñarse en el sector público y privado y con la capacidad de adaptación a los cambios del entorno empresarial. Para esto el programa mencionado tiene como principal eje temático de formación profesional los fundamentos en administración de las organizaciones, economía y finanzas, producción y operaciones, mercadeo, gerencia de personal, e informática. Cabe agregar que la formación en la Universidad Santo Tomás es humanista basada en los valores que permiten desarrollar todas las dimensiones personales del

individuo promovidas por medio del departamento de Humanidades (Programa de Administración de Empresas, 2012).

En cuanto al plan de estudios, este se orienta en un diseño pedagógico, metodológico y organización por créditos académicos, y en propiciar un equilibrio entre los diferentes temas, enfoques y problemas del saber y practica administrativa. Ambas situaciones confluyen a la formación de un profesional que habrá de transformar con su liderazgo la sociedad y el entorno geográfico, con las decisiones de gerencia y gestión. Por otra parte la estructura curricular propuesta mantiene la fundamentación de áreas y componentes según lo dispuesto en la resolución 2767 del 13 de noviembre de 2003, el decreto 1295 de abril de 2010 y los aspectos de la estructura curricular autónoma de la Universidad. En el plan de estudios propuesto se desarrolla un 80.5% del componente obligatorio y un 19.5% del componente flexible. El plan tiene 144 créditos de los cuales son obligatorios 116 y electivos 28 (Programa de Administración de Empresas, 2012).

El Programa ofrece una formación profesional de excelencia, para tal propósito su formación cuenta con el estudio, análisis y reflexión crítica de las principales corrientes y tendencias del saber y practica administrativa, en el marco de la tendencia y trayectoria de la realidad económica local, nacional e internacional. Para fortalecer el componente internacional se brinda la formación de Idioma Extranjero, que no se encuentra en la relación de créditos académicos, sin embargo es exigencia dentro del proceso de formación del estudiante demostrar suficiencia en un segundo idioma en el nivel B1. Esta opción la ofrece la universidad a través del Instituto de lenguas y cultura extranjera (ILCE) (Programa de Administración de Empresas, 2012).

Por otra parte, en Colombia se llevó un estudio basado en investigaciones desarrolladas en Europa y América Latina del proyecto Tuning, con el fin de analizar aspectos importantes de la formación en educación superior en ciencias administrativas, dadas en el artículo de investigación

“Competencias específicas Tuning en programas de administración: Colombia y su región suroccidente” por Juan Carlos Aguilar Joyas (2015), Profesor y conferencista internacional en RRHH y Management, Evaluador externo de condiciones de calidad para Instituciones de Educación Superior, para lo cual se argumenta que el Administrador de Empresas requiere de las siguientes competencias directivas y laborales:

La investigación permite evidenciar que académicos y empleadores de las regiones estudiadas, suroccidente colombiano y Colombia, resaltan la necesidad del saber hacer, como el desarrollar en los Administradores el análisis estratégico, táctico y operativo, y del saber, en cuanto a la interpretación de la información contable y financiera, de tal manera que puedan colaborar en la toma efectiva de decisiones gerenciales (Joya, 2015).

En concordancia con lo anterior, en el suroccidente del país se privilegia el desarrollo de sistemas de control, consecución de metas organizacionales y administración de riesgos. Dicho énfasis se acompaña con la posibilidad de organizar y dirigir el talento humano hacia el logro de objetivos organizacionales, sin descuidar sistemas de control o búsqueda de nuevos negocios, y las competencias del saber hacer (Joya, 2015).

Asimismo, Calderón y López sugieren en la formación del Administrador dominar por lo menos una lengua extranjera, ya que da herramientas poderosas al profesional en las nuevas tendencias mundiales (Calderón & López, 1996)

## **2.3 Marco conceptual**

### ***2.3.1 Aprendizaje***

Se denomina aprendizaje al proceso de adquisición de conocimientos, habilidades, valores y actitudes, posibilitado mediante el estudio, la enseñanza o la experiencia. Dicho proceso puede ser entendido a partir de diversas posturas, lo que implica que existen diferentes teorías vinculadas al hecho de aprender. La psicología conductista, por ejemplo, describe el aprendizaje de acuerdo a los cambios que pueden observarse en la conducta de un sujeto (Pérez & Gardey, 2012).

### ***2.3.2 Enseñanza***

“La enseñanza refiere a la transmisión de conocimientos, valores e ideas entre las personas. Si bien esta acción suele ser relacionada solo con ciertos ámbitos académicos, cabe destacar que no es el único medio de aprendizaje” (Enciclopedia de Conceptos, 2019).

### ***2.3.3 Administrador de Empresas***

Un administrador de empresas es un profesional que cuenta con múltiples habilidades para la gestión y organización de las compañías. Lo que hace es transformar un conjunto de recursos humanos, técnicos, monetarios, de tiempo y espacio en un proceso útil, eficiente y rentable (Universia, 2018).

### ***2.3.4 Francés***

Relativo a Francia, país del oeste de Europa, o a sus habitantes. Lengua románica que se habla en Francia, Bélgica, Suiza, Luxemburgo, Mónaco, Canadá y en otras zonas (Oxford Dictionaries, 2019).

### ***2.3.5 Francofonía***

La palabra francofonía apareció por primera vez hacia 1880, cuando un geógrafo francés, Onesime Reclus, la utilizó para designar el conjunto de personas y países que hablaban francés. Se habla de francofonía con “f” minúscula para designar los hablantes de francés y de Francofonía con “F” mayúscula para hablar del dispositivo institucional que organiza las relaciones entre los países francófonos (Alliance Française Merida, 2019).

### ***2.3.6 Lingüística***

Es la disciplina científica que investiga el origen, la evolución y la estructura del lenguaje, a fin de deducir las leyes que rigen las lenguas (antiguas y modernas). Así, la Lingüística estudia las estructuras fundamentales del lenguaje humano, sus variaciones a través de todas las familias de lenguas (las cuales también identifica y clasifica) y las condiciones que hacen posible la comprensión y la comunicación por medio de la lengua natural. Como toda ciencia, la Lingüística cuenta con propuestas teóricas, métodos de análisis y dominios de estudio que le son propios. No obstante, la Lingüística es una ciencia pluridisciplinaria, caracterizada por una gran riqueza epistemológica a la hora de abordar el fenómeno del lenguaje (Universidad de Costa Rica, 2018).

### ***2.3.7 Cultura***

Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. Culto religioso (RAE, 2014).

### ***2.3.8 DELF***

“Diploma de Estudios de Lengua Francesa”, son los diplomas oficiales expedidos por el Ministerio de Educación Nacional Francés para certificar las competencias en francés de los candidatos extranjeros y de los franceses originarios de un país no francófono y que no disponen de un diploma francés de enseñanza pública, secundaria o superior. El DELF se compone de 4 diplomas independientes (A1, A2, B1 y B2) (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

### **2.3.9 DALF**

“Diploma Avanzado de Lengua Francesa”, son los diplomas oficiales expedidos por el Ministerio de Educación Nacional Francés para certificar las competencias en francés de los candidatos extranjeros y de los franceses originarios de un país no francófono y que no disponen de un diploma francés de enseñanza pública, secundaria o superior. El DALF se compone de 4 diplomas independientes (C1 y C2) (Alianza Francesa Bucaramanga, 2019).

### **2.3.10 Fonética**

Se conoce como fonética a la ciencia lingüística que se ocupa del estudio de los sonidos en su realización física, sus diferentes características y particularidades. La raíz de la palabra fonética es el término griego "fono", que significa 'sonido' o 'voz'.

La fonética utiliza un conjunto de símbolos que son llamados alfabetos fonéticos para representar los sonidos con exactitud científica, y que algunas veces coinciden con el alfabeto usual. Los sonidos se denominan alófonos y se representan entre corchetes ( [ ] ) (Significados.com, 2018).

### 3. Diseño Metodológico

#### 3.1 Tipo de Investigación

La presente investigación es descriptiva ya que se analizó la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga. Para ello en primer lugar se describió la percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas. En segundo lugar, se detallaron las Instituciones de Educación Superior relacionadas con programas de Administración de Empresas en países francófonos. Y por último se explicó el desarrollo empresarial en países francófonos.

#### 3.2 Recolección de Datos

Mixta

**Tabla 1.** *Recolección de datos.*

| Objetivo específico | Recolección de datos | Procedimiento | Instrumento |
|---------------------|----------------------|---------------|-------------|
|---------------------|----------------------|---------------|-------------|

| Objetivo específico   | Recolección de datos | Procedimiento   | Instrumento                                |
|---|----------------------|---|--|
| <p>Describir la percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de Administración de Empresas.</p> | <p>Cuantitativo</p>  | <p>Se realizó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas con el fin de encuestar a los directivos, docentes y estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás de Bucaramanga y posteriormente se tabularon para analizar la percepción de estos frente a la importancia de la lengua francesa en el programa mencionado.</p>  | <p>Cuestionario</p>                        |
| <p>Detallar Instituciones de Educación Superior relacionadas con el programa de Administración de Empresas en países francófonos.</p>   | <p>Cualitativo</p>   | <p>Se revisó información de universidades y escuelas de negocios con programas de Administración de Empresas en sus páginas institucionales y luego se organizó la información más relevante en una ficha de recolección de datos a fin de identificar oportunidades para complementar la educación del Administrador de Empresas tomasino, resaltando IES que ofertan programas de maestrías y doctorados.</p> | <p>Ficha de recolección de información</p> |
| <p>Explicar el desarrollo empresarial en países francófonos que permiten la inserción laboral del Administrador de Empresas tomasino.</p>                                       | <p>Cualitativo</p>   | <p><i>Se indagó vía internet información de desarrollo empresarial y económico de algunos países francófonos a través de páginas web especializadas, páginas web gubernamentales, páginas web corporativas, entre otras. Con información de las empresas más representativas de estos países, posteriormente se organizó la información en una ficha de recolección de datos</i></p>                            | <p>Ficha de recolección de información</p> |

Nota: la tabla 1 muestra detalladamente como se realizó la recolección de datos de la investigación.

### 3.3 Fuentes de Información



### **3.3.1 Primarias**

Directivos, docentes y estudiantes del programa de Administración de Empresas de La Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga

### **3.3.2 Secundarias**

Páginas web institucionales de las universidades, páginas web corporativas de las empresas, 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, entre otros.

## **3.4 Población**

Programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga.

## **3.5 Muestreo Probabilístico**

Aleatorio simple para directivos, docentes y estudiantes.

Se aplicará la siguiente fórmula estadística en el programa Excel, a un total de 205 estudiantes del programa de Administración

Por censo 4 directivos y 22 docentes.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

**n** es el tamaño de la muestra

**N** es el tamaño de la población

**Z** es el nivel de confianza

**p** es la probabilidad de que ocurra el evento

**q** (p-1) es la probabilidad de no que ocurra el evento

**e** es el error de estimación máximo aceptado

Para ello se tomó a **N** (población) de 205 estudiantes, **Z** (nivel confianza) 2,58 (99%), **P** (probabilidad de que ocurra el evento) de 50%, **Q** (probabilidad de que NO ocurra el evento) DE 50% y **E** (error de estimación máximo aceptado) de 3%.

### 3.5.1 Operacionalización de variables

**Tabla 2.** Operacionalización de variables.

| <b>Variables independiente:</b>  | <b>Variables dependientes:</b>  |
|--|---|
| Percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del idioma Francés.                                   | Importancia del idioma francés en el programa de Administración de Empresas |
| Análisis de instituciones de Educación Superior relacionadas con el programa de Administración de Empresas en países francófonos | Importancia del idioma francés en el programa de Administración de Empresas |
| Análisis del desarrollo empresarial en países francófonos.   | Importancia del idioma francés en el programa de Administración de Empresas |

Nota: La tabla 2 muestra las variables independientes y aquellas que dependen de ellas.

### 3.5.2 Número de Directivos y Docentes

4 directivos y 22 docentes

### ***3.5.3 Número de Estudiantes***

147

## **4. Resultados**

### **Capítulo 1. Percepción de Directivos, Docentes y Estudiantes Respecto a la Importancia del Aprendizaje del Idioma Francés en el Programa de Administración de Empresas**

En este primer capítulo de la presente investigación se analiza la percepción que tienen los directivos, docentes y estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás seccional Bucaramanga con respecto a la importancia del idioma francés en dicho programa bien sea para el desempeño académico o laboral del estudiante o egresado.

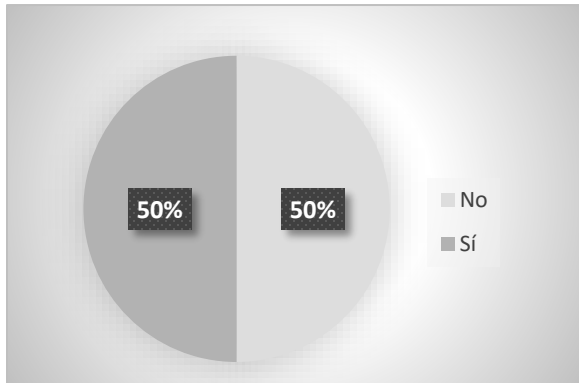
Para ello, se elaboró un cuestionario con 15 preguntas cerradas que se aplicó a una muestra de 4 directivos, 22 docentes y 147 estudiantes orientadas a conocer su percepción frente al idioma y la percepción de este frente al Administrador de Empresas tomasino.

El instrumento se aplicó durante el segundo semestre del 2019 (2019-2). Algunas de las preguntas permitían a los encuestados escribir sus respuestas para fortalecer la misma, Asimismo, el cuestionario se aplicó de manera física y presencial a todos los encuestados de modo que el investigador pudiese tener un contacto directo con estos y además no solo tener en cuenta lo que respondían en el instrumento sino también para tener la oportunidad de escucharlos personalmente.

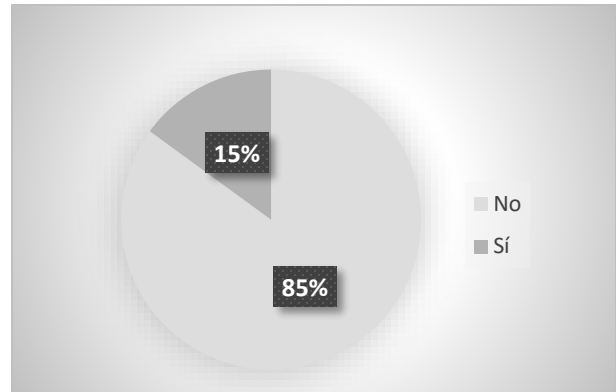
Posteriormente, cuando se obtuvo el total de encuestas diligenciadas se procedió a crear una base de datos en el programa de Microsoft Excel para digitalizar la información y proceder a la tabulación y respectivamente al análisis de la información recolectada.

Dicha información se encuentra organizada de la siguiente manera: al costado izquierdo las figuras correspondientes a lo respondido por directivos y docentes y al costado derecho lo respondido por estudiantes.

**Figura 2.** *¿Ha recibido clases de francés en algún momento de su vida? (Directivos y docentes)*



**Figura 1.** *¿Ha recibido clases de francés en algún momento de su vida? (Estudiantes)*



Cómo se puede observar se aplicó la misma pregunta a directivos, docentes y estudiantes del programa de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás.

De una parte, Tal como se muestra en la figura 1, la mitad (50%) 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%) manifestaron no haber recibido clases de dicha lengua.

De otra parte en la figura 2, el 85% de los estudiantes argumentaron no haber tomado clases de francés en algún momento de sus vidas, sólo el 15%, que corresponde a 22 estudiantes, sí han tomado clases de dicho idioma.

Por un lado, el idioma francés ha representado una parte importante en la formación de los directivos y docentes, dado a que estos manifestaron haber recibido clases de varios idiomas extranjeros en el pasado como lo fueron principalmente el inglés, luego otros como el francés y el alemán, algunos recibieron estas clases debido al reglamento estudiantil que estipulaba que debían

cursar ciertos niveles y otros por cuenta propia en institutos especializados en idiomas con el fin de fortalecer su profesión.

Por otro lado, 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.

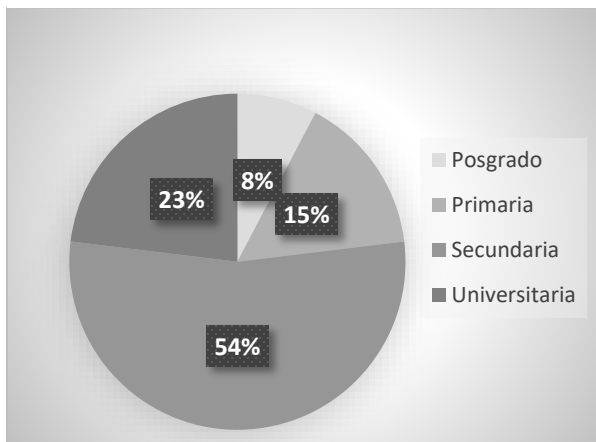
Así pues, con base en lo anterior, es importante mencionar que antes del fin de la Segunda Guerra Mundial el idioma internacional era el francés. Los libros académicos, las relaciones internacionales, estaban dominados por la lengua francesa. Había, además, una tendencia a aprenderlo y, en los colegios, 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

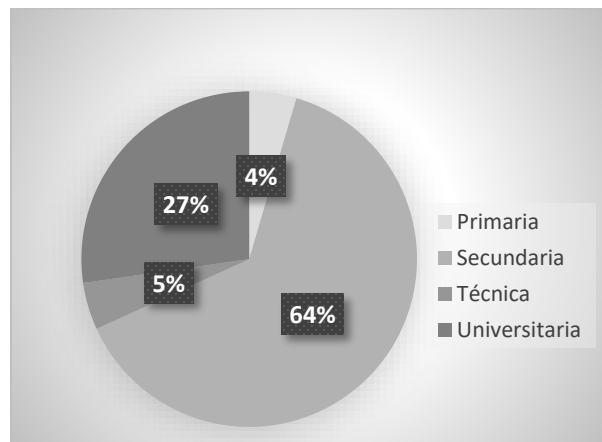
mayoría de instituciones escolares adoptó la enseñanza del inglés como lengua extranjera. De ahí el compromiso del Ministerio de Educación con la creación de condiciones para apoyar a las Secretarías de Educación e involucrar en el proceso a todos los implicados en la enseñanza, el aprendizaje y la evaluación de esa lengua: universidades, centros de lengua, organismos de cooperación internacional y proveedores de materiales educativos, entre otros (Mineducación, 2015).

De acuerdo a la pregunta elaborada en las figuras 1 y 2 se elaboraron 3 preguntas adicionales que se despliegan a continuación con el fin de conocer el nivel de formación, la institución y la modalidad en que recibieron las clases los directivos, docentes y estudiantes que respondieron de manera afirmativa.

**Figura 3.** ¿En qué nivel de formación recibió las clases de francés? (directivos y docentes)



**Figura 4.** ¿En qué nivel de formación recibió las clases de francés? (estudiantes)



De una parte en la figura 3 se evidencia que el 54% 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% se formó en este idioma en su época universitaria, seguido

se encuentra la primaria con el 15% y finalmente en la formación de posgrado con el 8% de ponderación.

De otra parte en la gráfica 4 se aprecia que el un 64% 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%, el nivel de formación técnico con un 5% y la primaria un 4%.

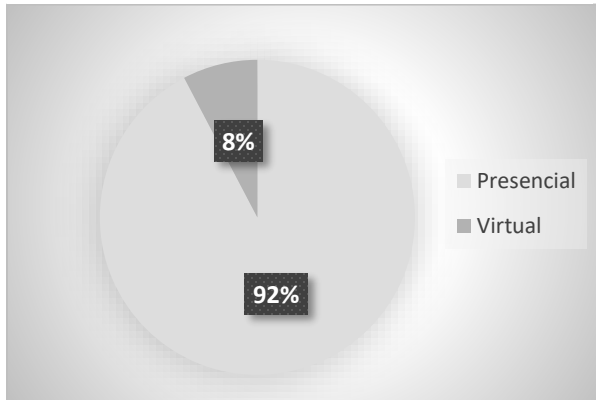
Por un lado, los directivos y docentes han aprendido francés en esta etapa de formación secundaria puesto que lo utilizan como una estrategia para fortalecer sus habilidades y competitividad en el mercado laboral y mejorar sus relaciones interpersonales.

Por otro lado, en la secundaria se busca acercar al estudiante a diferentes realidades como son otros idiomas extranjeros diferentes al inglés que por reglamentación se debe ver en la mayoría de los colegios a nivel nacional, sin embargo es relevante mencionar la labor de los colegios que brindan a sus estudiantes la oportunidad de acercarse a otros idiomas (ya que son pocos los que enseñan idiomas ajenos al inglés). Además, hay estudiantes que recibieron sus clases en otras instituciones más especializadas en idiomas por iniciativa propia como institutos de lenguas o en algunos casos la misma Alianza Francesa.

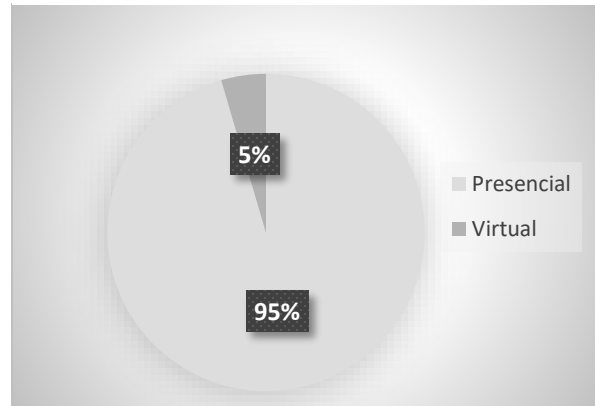
Actualmente, se vive en un mundo totalmente globalizado y donde todos estamos conectados con todos. Es por esto que aprender idiomas constituye una gran herramienta a la hora de progresar como estudiante y profesional. Y por más que es recomendable aprender una segunda lengua desde la infancia, nunca 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).

**Figura 6.** *¿En qué modalidad recibió las clases de francés? (directivos y docentes)*



**Figura 5.** *¿En qué modalidad recibió las clases de francés? (estudiantes)*



Por una parte, de la figura 5, se puede inferir que el 92% de la población encuestada de directivos y docentes han recibido clases de francés en modalidad presencial y solo el 8% las han recibido en la modalidad virtual.

De otra parte, cómo se puede identificar en la figura 6 que el 95% de los estudiantes tomaron sus clases de forma presencial, y solo el 5% 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.

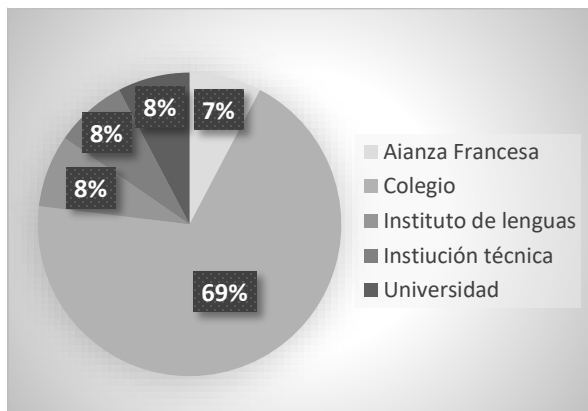
En Colombia las formas de enseñar y de aprender son casi en su totalidad de manera presencial en las diferentes disciplinas y en este caso en los idiomas ya que de esta manera se espera que haya una mayor apropiación del conocimiento y un acercamiento más real a una lengua



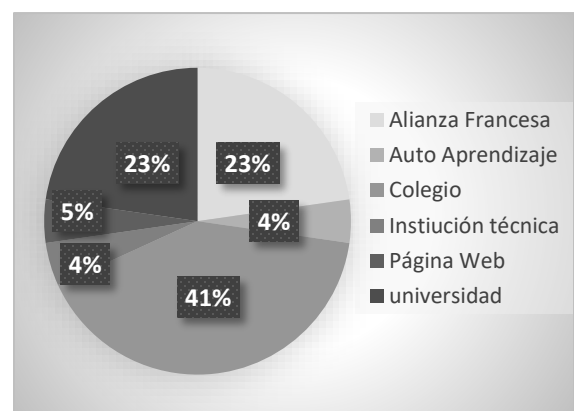
extranjera, además que facilita el aprendizaje al estudiante tener a su tutor de manera presencial para presentar inquietudes y que haya una solución más oportuna de sus dudas, cabe agregar que la educación virtual está tomando mayor fuerza en la actualidad.

Según un estudio comparativo entre la educación presencial y virtual realizado por Donolo, D., Chiecher, A., & Rinaudo, M. (2004, April). 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 sobretodo tiempo, los estudiantes que aprenden de manera presencial organizan mejor su tiempo y tienen un mejor ambiente de estudio lo que facilitaría el aprendizaje (Donolo, D., Chiecher, A., & Rinaudo, M. (2004, April).

**Figura 7.** *¿En qué institución recibió las clases de francés? (directivos y docentes)*



**Figura 8.** *¿En qué institución educativa recibió las clases de francés? (estudiantes)*



Por un lado de la figura 7 se observa que la institución donde los directivos y docentes recibieron las clases de francés con mayor representación fue en el colegio con un 69%, lo respectivo a la Universidad, Institución técnica e instituto de lenguas obtuvieron una ponderación de 8% cada una y finalmente la Alianza Francesa logró el 7%.

De otro lado en la figura 8 se identifica que el 41% de los estudiantes recibieron las clases de francés en el colegio, la universidad y la Alianza Francesa tienen un 23% cada una como institución en la que se recibieron clases de francés, en menor proporción se encuentra páginas web con un 5% y finalmente auto aprendizaje e institución técnica tienen la más pequeña participación siendo cada una de 4%.

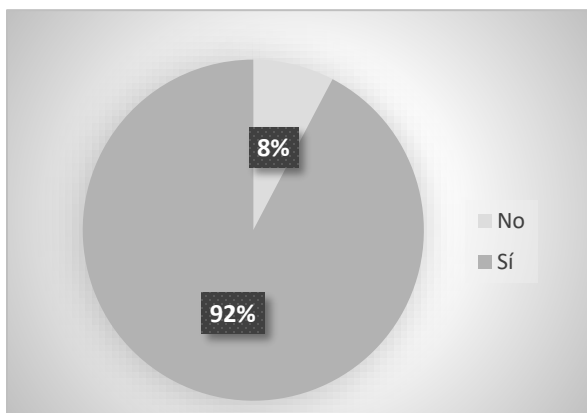
Por una parte en la generación de la mayoría de docentes y directivos encuestados, en su época secundaria en los colegios había mayor preocupación por enseñar a los estudiantes diferentes lenguas después del inglés como es el caso del francés y esto se puede evidenciar ya que el 69% de esta población 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.

Por otra parte desde la perspectiva de los estudiantes el colegio ha sido la institución más destacada, sin embargo la Alianza Francesa ha tenido una parte importante puesto que hay estudiantes que mientras acudían al colegio o universidad paralelamente estudiaban el francés en la Alianza Francesa principalmente motivados por el gusto al idioma, asimismo hay quienes han estudiado este idioma en el instituto de lenguas de la universidad Santo Tomás, bien sea porque ya han certificado su conocimiento en el idioma extranjero principal de la universidad, el inglés, y se han motivado y por ir más allá y optar por una tercera lengua.

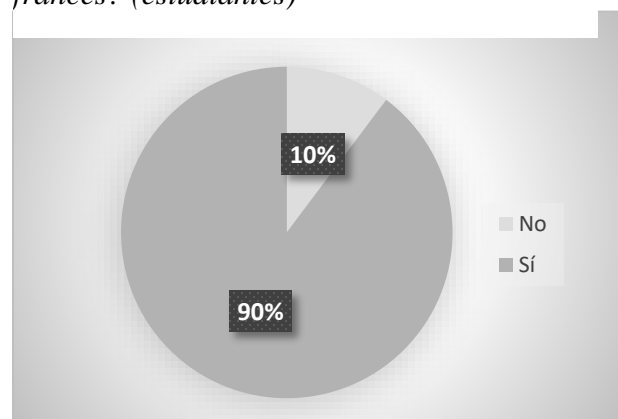
Según González, Liliana (2010), el idioma francés ha perdido importancia en el transcurso del tiempo por diferentes factores, antes de la segunda guerra mundial este idioma era requisito obligatorio en los colegios para poder obtener el título de bachiller, posterior a la segunda guerra mundial el francés 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 post-guerra que Estados Unidos que 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.

**Figura 10.** *¿Le gustaría aprender el idioma francés? (directivos y docentes)*



**Figura 9.** *¿Le gustaría aprender el idioma francés? (estudiantes)*



Esta pregunta 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 y 2.

Por un lado de la figura 9 se puede evidenciar que el 92% de los encuestados les gustaría aprender francés mientras que al 8% no les gustaría aprender el idioma.

Por otro lado, la figura 10, muestra el interés de los estudiantes de Administración de Empresas hacia aprender el idioma francés, es notorio que la mayoría, el 90%, están interesados en el idioma y solo el 10% no están interesados en aprenderlo.

Desde la perspectiva de directivos y docentes, estos consideran que les gustaría aprender francés por gustos personales hacia el idioma ya que es uno de los idiomas universales, es una lengua para viajar, asimismo debido a que en el ámbito laboral y profesional les facilita mejorar

su calidad de vida, ya que es un factor diferenciador que permite tener mejores oportunidades y así aumentar sus ingresos; en el ámbito académico dado a que hay acceso a información en textos guías y literatura y adquirir conocimiento y experiencia y finalmente dado que los cambios en el mundo exigen con más fuerza un buen manejo lingüístico.

Desde la perspectiva de los estudiantes estos estarían interesados en aprender el idioma francés en un futuro, argumentando que es un 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 tercer lengua extranjera más hablada en todo el mundo; Así como puede ser más fácil de aprender que otros idiomas.

De igual modo, mencionaron que es importante el manejo de dos idiomas extranjeros o más, debido a que es importante para estar actualizados, igualmente enriquecerse personalmente. Algunos mencionaron que les gustaría conocer un poco de varias lenguas y que les gustaría aprender francés para viajar a países francófonos y conocer más de la lengua del amor y diversificarse en otros idiomas diferentes al inglés. Y también para crear relaciones interpersonales con personas que manejen el francés.

Asimismo, manifestaron que es un idioma importante en la vida profesional dado que dominarlo ayuda a tener más oportunidades como profesional permitiendo abrir puertas en el ámbito laboral tanto a nivel nacional como internacional. Igualmente, el francés es un idioma que sirve para realizar negocios al igual que el inglés, amplía la posibilidad de aplicar a vacantes internacionales en países francófonos o donde requieran el manejo de esta lengua.

En este mismo orden de ideas, argumentaron que es un idioma comercial y que hablarlo contribuye a fomentar la competitividad laboral y a establecer posibles relaciones comerciales con Francia y otros países francófonos, atribuyendo que el sector industrial y comercial en Francia es muy fuerte y dado que muchas empresas importantes se encuentran en este país.

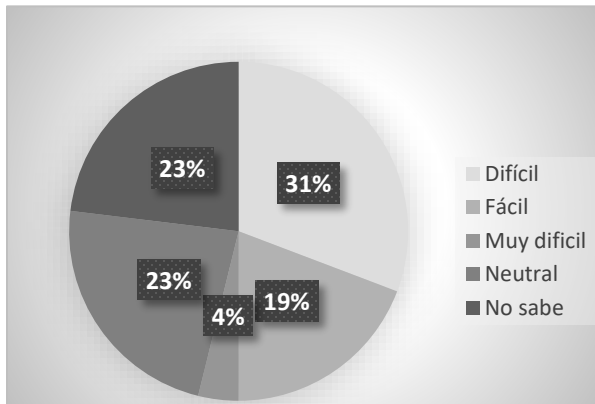
Y finalmente aportaron que es importante alimentar más los conocimientos para el desarrollo de habilidades y complementar la formación académica. De la misma forma porque en el ámbito de investigación Francia es muy fuerte y existe gran gama de publicaciones científicas en el idioma francés.

En contraposición, los estudiantes que optaron por responder de manera negativa que no querían aprender francés argumentaron que no es una lengua tan universal, que además no está presente en la cotidianidad, también que hay otros idiomas en los que les gustaría aprender y el francés no es de su interés, asimismo consideran que no es tan importante para la carrera de Administración de Empresas debido a que son más importantes otros idiomas como el inglés y primero se debe aprender este idioma y finalmente igual consideran que es difícil y no es tan necesario ni importante.

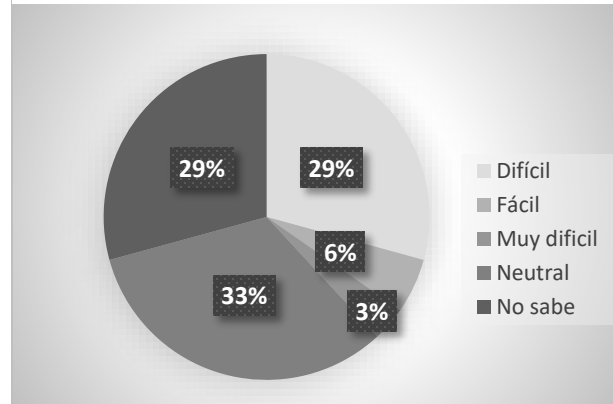
Con base en todo lo anterior, se puede señalar que el francés, tiene razones importantes para ser estudiado, puesto que es una lengua que facilita conocer culturas diferentes en cinco continentes, dado que es la lengua de comunicación de 300 millones de habitantes en el mundo, ya que es una lengua fundamental 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, etc. (Artuñedo Guillén, 2019)

**Figura 11.** *¿Considera que aprender el idioma es? (directivos y docentes)*



**Figura 12.** *¿Considera que aprender el idioma es? (estudiantes)*



Por una parte, en la figura 11 Se puede apreciar que el nivel de percepción de directivos y docentes frente a la dificultad del idioma francés es difícil según el 31%, el 23% considera que es neutral igual que otro 23% mencionaron que no sabe, mientras el 19% piensa que es fácil y solo el 4 sostuvo que es muy difícil.

De otra parte en la figura 12 se puede observar que el 33% de los estudiantes consideran que la dificultad de aprenderlo es neutral, el 29% manifestaron que es difícil, otro 29% no sabe, un 6% lo considera fácil de aprender y solo el 3% lo consideran muy difícil.

Por un lado los directivos y docentes perciben que el francés es una lengua difícil de aprender ya que algunos no han tenido un contacto con la lengua y según ellos se les hizo difícil asimilar los diferentes sonidos y acentuaciones fuertes que tiene el idioma francés y la gramática, sin embargo otros consideran que se encuentra en un punto medio puesto que el alfabeto es el mismo al del español y de aquellos que no han tenido relación con el idioma, no sabe básicamente porque no lo conocen a fondo.

Por otro lado, 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.

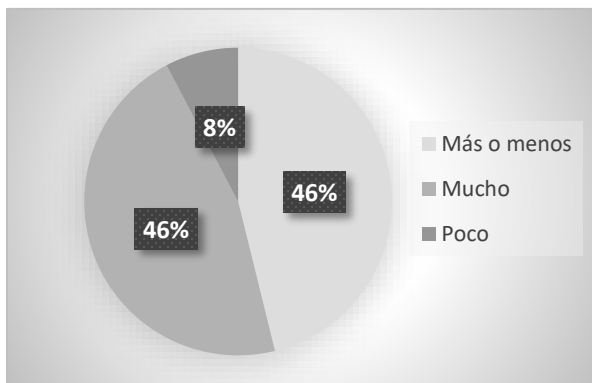
El proceso de enseñanza-aprendizaje en general es una tarea compleja en todo sentido; aún más el enseñar un idioma, por cuanto se debe enseñar a las personas a comunicarse de manera eficiente y eficaz, debido a que la comunicación es esencial para lograr relaciones interpersonales, así como poder acceder 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, L. M., & Díaz Monsalve, A. E. (201

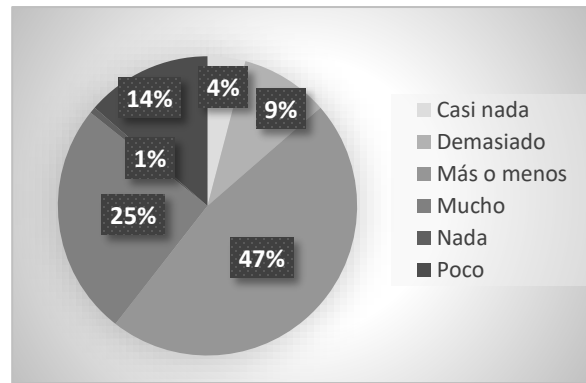
Asimismo, Ana Bellén Mayor explica que una buena estrategia para que el aprendizaje del idioma francés no se torne difícil se puede implementar la metodología de aprendizajes por proyectos, que es un conjunto de tareas basados en la resolución de preguntas y problemas que implica al alumnado en el diseño y planificación del aprendizaje, en la toma de decisiones y en procesos de investigación (Callén, 2017).

También Geraldine García en su investigación concluyó que las competencias comunicativas son las más óptimas para la enseñanza y el aprendizaje del francés y se utilizaron herramientas didácticas como dibujos, canciones y videos. En esta investigación se logró descubrir e interactuar con los estudiantes de forma que pudieron explotar sus conocimientos, aprender nuevos conceptos para evolucionar a nivel social y cultural (García, 2015)

**Figura 13.** *¿Qué tanto le gusta el idioma francés? (directivos y docentes)*



**Figura 14.** *¿Qué tanto le gusta el idioma francés? (estudiantes)*



Por un lado en la figura 13 se puede observar que a los directivos y docentes les gusta el idioma mucho y más o menos con un 46% cada uno y solo el 8% mencionó que le gusta poco.

Por otro lado en la figura 14, Los estudiantes encuestados contestaron que más o menos les gusta el idioma en un 47%, es decir casi la mitad, seguido están los que dijeron que mucho lo cual representa un 25% de la población, luego se encuentra quienes dijeron que poco les gusta el francés

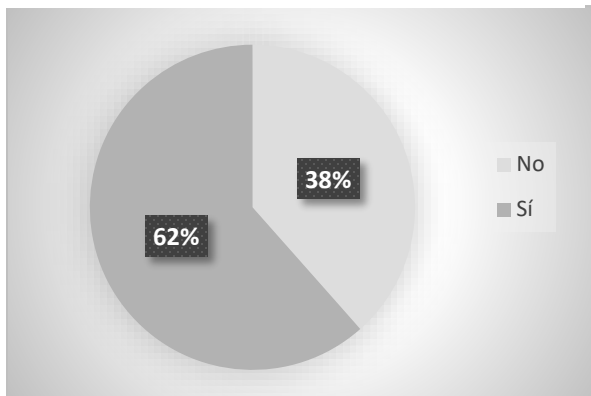


representado en el 14%. Un 9% respondió que les gusta demasiado, un 4% que les gusta casi nada y el 1% mencionó que no les gusta nada.

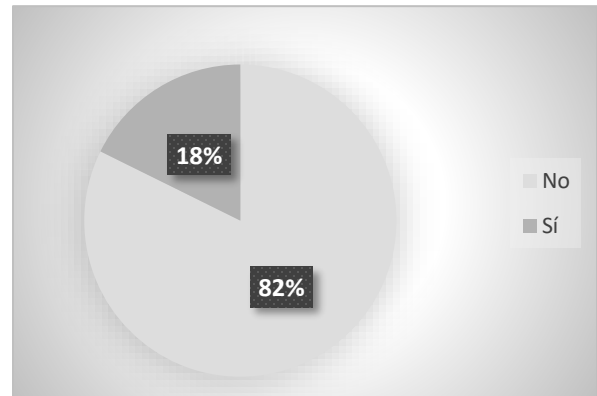
El idioma francés es un idioma muy atractivo puesto que no solo es la lengua del romance y el amor, sino también es una lengua para viajar, es una lengua muy importante en el mundo en el ámbito del turismo, también es considerada una lengua para realizar negocios, es una lengua para estudiar en las universidades de países francófonos como Canadá, Suiza o Francia.

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)

**Figura 16.** *¿Sabe lo que significa que un país sea francófono? (directivos y docentes)*



**Figura 15.** *¿Sabe lo que significa que un país sea francófono? (estudiantes)*



De una parte, de la figura 15 se puede inferir que el 62% de los directivos y docentes sabe el significado de que un país sea francófono y el 38% no sabe.

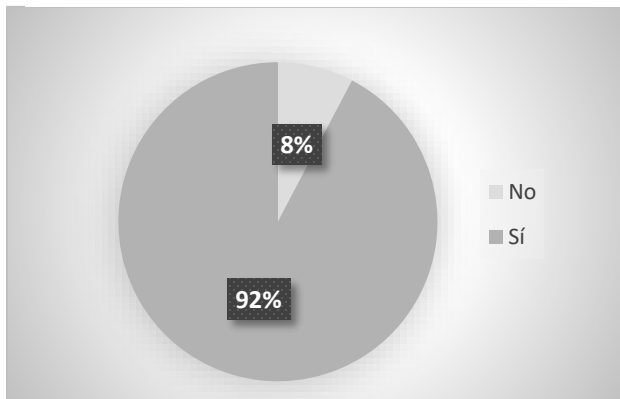
De otra parte de la figura 16 se puede observar que el 82% de los estudiantes no saben que significa que un país sea francófono, sólo el 18% respondieron de manera afirmativa a esta pregunta.

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.

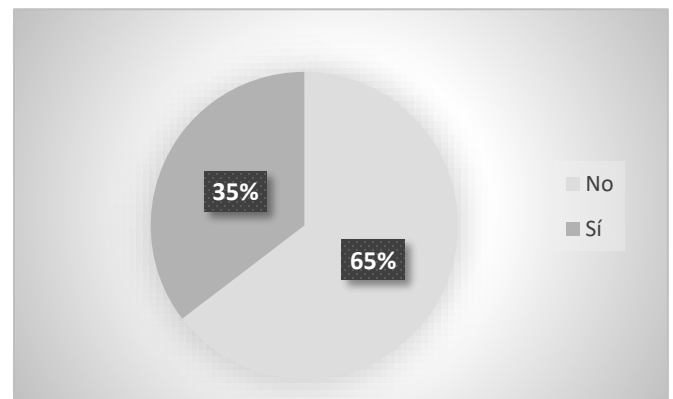
Por otro lado los estudiantes identificaron por Europa a Francia, Bélgica, Suiza; Por América Canadá, Guayana Francesa (la cual hace parte de Francia como un departamento de altamar) y Haití y por África, Costa de Marfil, Congo, Camerún y no especificaron otros, pero mencionaron que en África hay el mayor número de países francófonos.

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).

**Figura 18.** *¿Considera importante que el estudiante de Administración de Empresas realice movilidad internacional a países francófonos? (directivos y docentes)*



**Figura 17.** *¿Ha considerado realizar movilidad internacional a países francófonos? (estudiantes)*



Por una parte en la figura 17 se puede observar que el 92% 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% consideran que no es importante.

Por otra parte en la figura 18 se puede apreciar que el 65% no han considerado realizar movilidad a países francófonos y el 35% sí lo ha tenido en cuenta.

Por un lado los directivos y docentes argumentaron que al realizar movilidad internacional se abren otros horizontes, aprendizaje que contribuye 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.

Por otro lado los estudiantes que manifestaron no estar interesados en realizar movilidad lo consideraron principalmente puesto que no cuentan con el manejo del idioma siendo esta la

razón más recurrente de los encuestados, además de que para algunos este no les llama suficientemente la atención. De igual manera mencionaron que preferirían realizar movilidad a países hispanos para no tener complicaciones con la comunicación, algunos preferirían hacerlo a países angloparlantes como Estados Unidos o en otros casos optar por países con idioma oficial portugués y/o alemán.

Asimismo, otros mencionaron que por temas económicos no podrían hacerlo es decir por el alto costo que implica realizar una movilidad y más a países francófonos de Europa o aun así Canadá en América. Y finalmente se mencionó que actualmente no hay convenios interinstitucionales desde la Universidad Santo Tomas, Bucaramanga, con universidades de países francófonos.

Es de resaltar, que pese a que algunos de los estudiantes dijeron que no lo harían por no conocer o manejar el idioma, sí mencionaron que el estar inmersos con las comunidades locales de los países francófonos sería muy efectivo para aprender el idioma y crecer en lo personal y profesional y también mencionaron que no lo harían por temas de movilidad sino por viajar en un sentido turístico para conocer.

Desde otra perspectiva, los estudiantes que contestaron de manera afirmativa aludieron que optarían por una movilidad a un país francófono, primero porque aprenderían o reforzarían el idioma francés, además de que tuvieron en cuenta que es importante el manejo de otras lenguas distintas al inglés, segundo por las oportunidades educativas que existen, ya que en algunos de estos como Francia el gobierno o las mismas universidades ofertan becas para complementar los estudios, además de que una movilidad permite el desarrollo de habilidades en diferentes entornos, también para la realización de un postgrado; Adicionalmente por las oportunidades laborales

debido a que Francia es un país potencia en el sector industrial, así como otros países francófonos al ser desarrollados cuentan con economías sólidas y desarrollo empresarial amplio.

Y finalmente, para crecer personalmente puesto que promueve aprender de las diferentes culturas, de igual manera el gusto por el idioma es otra causa para salir del país, algunos mencionaron tener relaciones interpersonales con personas en países francófonos lo cual facilitaría el proceso.

La movilidad internacional de estudiantes como instrumento de cooperación es el abordaje más tradicional, presidido por consideraciones político culturales, 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).

**Tabla 3.** *Clasificación según los directivos y docentes de los motivos más relevantes para realizar movilidad internacional a países francófonos, siendo 1 el de mayor importancia y 9 el de menos importancia.*

| <b>Clasificación según los directivos y docentes de los motivos más relevantes para realizar movilidad internacional a países francófonos, siendo 1 el de mayor importancia y 9 el de menos importancia</b> |                             |                   |
|---|-----------------------------|-------------------|
| <i>Motivos para realizar movilidad internacional</i>  | <i>Nivel de importancia</i> | <i>Puntuación</i> |
| <b>Aprendizaje del idioma</b>   | 1                           | 9                 |
| <b>Práctica profesional</b>   | 2                           | 5                 |
| <b>Realizar un posgrado</b>   | 3                           | 5                 |
| <b>Doble titulación</b>   | 4                           | 9                 |
| <b>Crecimiento personal</b>   | 5                           | 6                 |
| <b>Oportunidad laboral</b>  | 6                           | 9                 |
| <b>Instancia de investigación</b>   | 7                           | 8                 |
| <b>Realizar otro pregrado</b>   | 8                           | 8                 |
| <b>Realizar 1 o más semestres en otra universidad</b>   | 9                           | 8                 |

Nota: La tabla 3 muestra los motivos por los cuales el estudiante de Administración de Empresas debería realizar movilidad internacional según directivos y docentes.

La tabla 3 muestra que 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.

**Tabla 4.** *Clasificación según los estudiantes de los motivos más relevantes para realizar movilidad internacional a países francófonos, siendo 1 el de mayor importancia y 9 el de menos importancia.*

**Clasificación según los estudiantes de los motivos más relevantes para realizar movilidad internacional a países francófonos, siendo 1 el de mayor importancia y 9 el de menos importancia**

| <i>Motivos para realizar movilidad internacional</i>  | <i>Nivel de importancia</i> | <i>Puntuación</i> |
|---|-----------------------------|-------------------|
| <b>Aprendizaje del idioma</b>                         | 1                           | 44                |
| <b>Crecimiento personal</b>                           | 2                           | 33                |
| <b>Práctica profesional</b>                           | 3                           | 26                |
| <b>Doble titulación</b>                               | 4                           | 25                |
| <b>Oportunidad laboral</b>                            | 5                           | 23                |
| <b>Realizar un postgrado</b>                          | 6                           | 26                |
| <b>Realizar otro pregrado</b>                         | 7                           | 28                |
| <b>Realizar 1 o más semestres en otra universidad</b> | 8                           | 32                |
| <b>Instancia de investigación</b>                     | 9                           | 32                |

Nota: La tabla 4 muestra los motivos por los cuales el estudiante de Administración de Empresas debería realizar movilidad internacional según estudiantes.

La tabla 4 muestra que 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.

La realización de una movilidad internacional es una gran oportunidad para crecer no solo como profesional sino también en un ámbito personal, ya que se da la oportunidad de conocer otras culturas, mejorar la comunicación y relaciones interpersonales, perfeccionar el idioma extranjero, en el caso de realizar movilidad a países francófonos se da la oportunidad de conocer las industrias y el movimiento de la economía de ese países y además sirven como referentes al ser países desarrollados como el caso de Francia, Suiza, Bélgica o Canadá, asimismo la experiencia y el enriquecimiento que se adquiere es bien importante.

El aprendizaje del idioma es el motivo más importante para realizar movilidad puesto que según estos hallazgos, la mayoría de los encuestados no han tomado clases de francés en su vida y por tanto aplicar en otras modalidades puede ser complicado por no manejar el idioma lo que convierte este motivo en el más importante dado que es la base para poder realizar movilidad por cualquiera de los otros motivos, de igual modo el crecimiento personal está como los más importante debido a que estos procesos tienen un impacto y una dimensión muy amplia en la visión de vida de las personas, les permite analizar otros escenarios, comparar con su país, aprender de las culturas, fortalecer sus habilidades comunicativas, ampliar conocimientos, comprender otras realidades, entre otros factores.

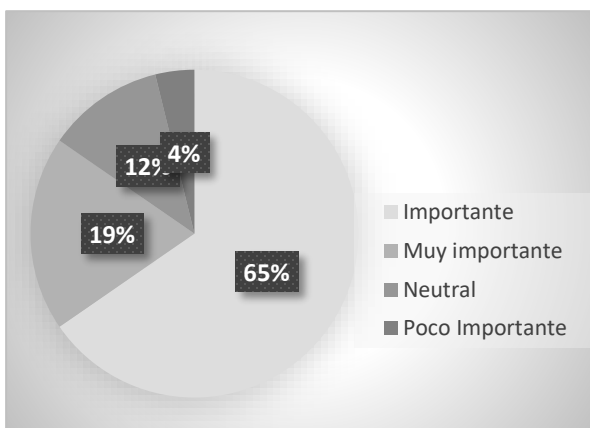
Según Bermudez, Rosa (2014) el principal motivo para realizar movilidad internacional en un ámbito universitario, es para la realización de un posgrado, dado que como se ha podido constatar en las múltiples estadísticas e indicadores analizados, la movilidad internacional de estudiantes constituye un fenómeno global, no sólo por la magnitud que ha alcanzado sino porque



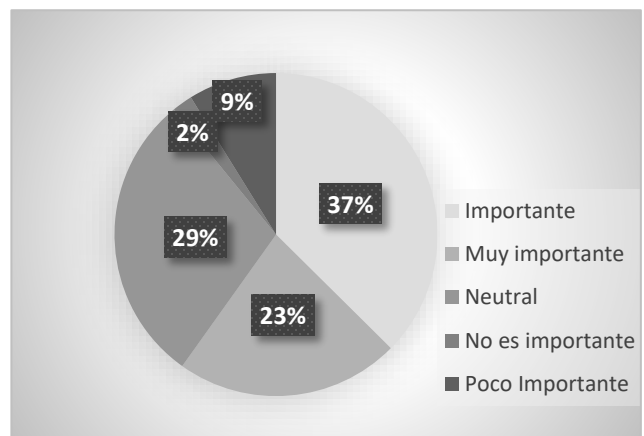
se presenta en todas las regiones del mundo. Con el análisis detallado de este flujo migratorio y la identificación de los países de origen y de destino se configura una geografía mundial de este fenómeno en la actualidad. Así mismo, el alto número de personas que se desplazan para obtener títulos educativos 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).

**Figura 19.** *¿Considera importante el aprendizaje del idioma francés en el estudiante de Administración de Empresas? (directivos y docentes)*



**Figura 20.** *¿Considera importante el aprendizaje del idioma francés en su formación académica como Administrador de Empresas? (estudiantes)*



Por un lado en la figura 19 se evidencia que el 65% de los directivos y docentes encuestados consideran el idioma francés importante en la formación del Administrador de Empresas, seguido el 19% lo consideran muy importante, y el 12% considera el idioma neutral y de último el 4% lo considera poco importante.

Por otro lado con base en la figura 20, se concluye que el 37% de los estudiantes consideran que el idioma francés es importante en la formación académica, seguido el 29% lo consideran neutral, el 23% considera que es muy importante, el 9% dicen considera que es poco importante y el 2% restante considera que no es importante.

Los diferentes idiomas en el mundo de los Administradores de Empresas son muy importantes dado que estos son indispensables en la comunicación y el relacionamiento de estos profesionales, el desarrollo lingüístico cada día es más atractivo en el mercado laboral puesto que las organizaciones siempre están buscando su crecimiento y expansión en especial la apertura a nuevos mercados donde es indispensable contar con profesionales que puedan generar negociaciones directas en el idioma extranjero del nuevo mercado. Es por esto que desde que se inicia la vida académica se busca enseñar un idioma extranjero, especialmente el inglés pero es de tener en cuenta la enseñanza de otras lenguas como el francés.

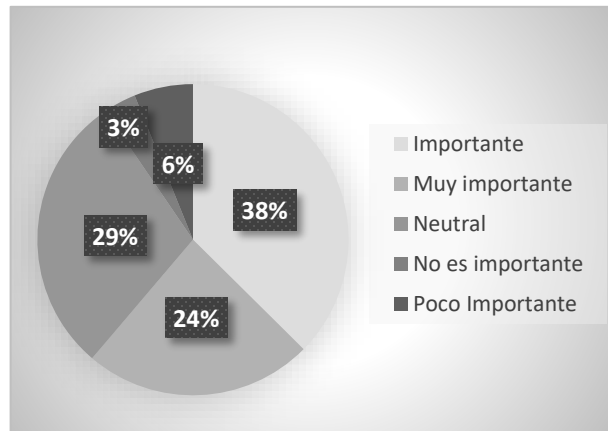
En la actualidad el idioma francés no se enseña dentro del programa de Administración de Empresas dado que hay mayor enfoque en la lengua universal y de los negocios, el inglés, sin embargo la mayoría de los estudiantes piensan que el idioma francés puede contribuir de manera positiva en la formación 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 Arias Ángela, la Universidad de Los Andes, sostiene que en la formación de un Administrador de Empresas se “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).

**Figura 21.** *¿Considera importante la inclusión del idioma francés en el plan de estudios del programa de Administración de Empresas? (directivos y estudiantes)*



**Figura 22.** *¿Considera importante la inclusión del idioma francés en el plan de estudios del programa de Administración de Empresas? (estudiantes)*



Por una parte en la figura 21, se puede apreciar que el 54% 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% lo consideran neutral, el 15% difieren en que es muy importante y el 12% en que es poco importante.

Por otra parte en la figura 22, se puede observar que para el 38% de los estudiantes es importante que se incluya el idioma francés en el plan de estudios del programa, el 29% tuvo una

posición neutral frente a esta pregunta, el 24% lo consideran muy importante, el 6% tuvieron en cuenta que es poco importante y el 3% estimaron que no es importante.

El plan de estudios del programa de Administración de Empresas consta de 8 semestres académicos donde, se contempla el inglés como lengua extranjera el cual se constituye en 6 niveles que preferiblemente se debe cursar y aprobar los primeros 6 semestres del programa, este es un idioma muy importante e indispensable para los futuros egresados en Administración de Empresas, sin embargo es importante tener en cuenta otros idiomas opcionales para contribuir en la integralidad de mencionado profesional, como es el caso del idioma francés, del cual algunos de los directivos y docentes encuestados manifestaron que quizá no debería incluirse como un componente obligatorio, pero sí como una materia electiva u optativa junto con otros idiomas para que haya un acercamiento de los estudiantes a otros contextos diferentes del inglés.

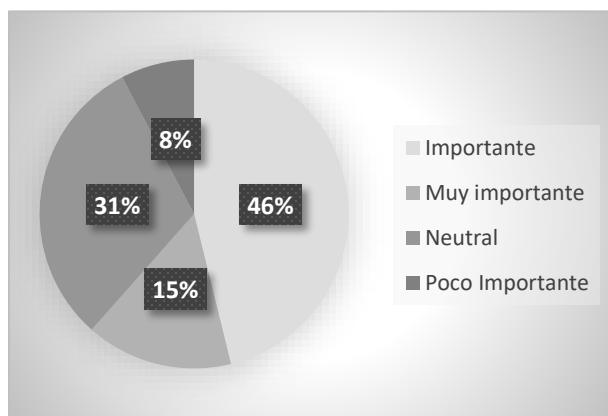
En el plan actual del programa de Administración de Empresas, no se visualiza la opción de elegir una tercera lengua extranjera, es por esto que más del 60% de los estudiantes ven de manera positiva que se incluya una tercera lengua como el francés en el plan de estudios dado que sería interesante más 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.

Con base en lo anterior, se hizo una revisión de algunas universidades representativas de habla hispana a nivel mundial, se encontró que 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).

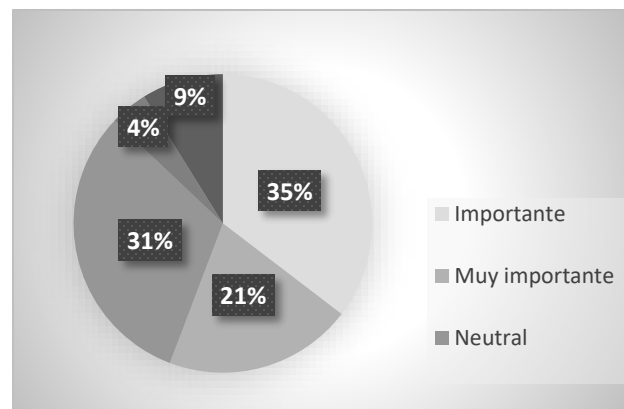
Asimismo, la Universidad Autónoma de Madrid, debe brindar a sus estudiantes de Administración de Empresas las bases para la apropiación de la lengua francesa ya que cuenta con un convenio de doble titulación con la Universidad Paris Dauphine firmado en el año 1999 y actualizado en el 2011. Para acceder a este programa los estudiantes deben concursar por una beca del programa 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) .

**Figura 23.** *¿Considera importante el aprendizaje del idioma francés para el desempeño laboral del estudiante de Administración de Empresas? (directivos y docentes)*



**Figura 24.** *¿Considera importante aprender el idioma francés para su inserción laboral como Administrador de Empresas? (estudiantes)*



En la figura 23 se evidencia que el 46% de los directivos y docentes encuestados manifestaron que el francés es importante en la inserción laboral del Administrador de Empresas,

posteriormente el 31%, estuvo de acuerdo con que es neutral, el 15% acordó que es muy importante y el 8% dijo que era poco importante.

De la figura 24 se puede apreciar que el 35% de los encuestados dijeron que es importante el idioma francés en la inserción laboral, el 31% mencionó que es neutral, el 21% que es muy importante, el 9% que es poco importante y el 4% que no es importante.

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.

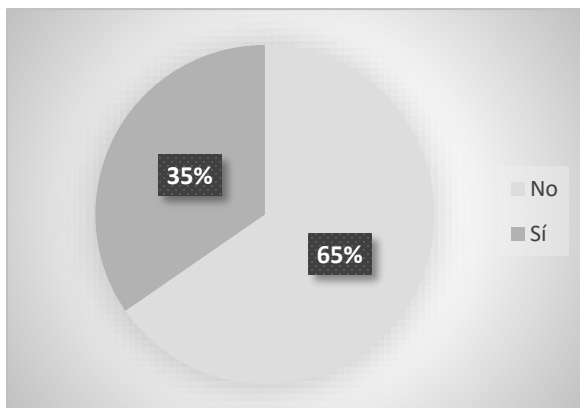
Es de resaltar que el inglés ya es un factor bastante disiente para el desempeño laboral y si bien se llega a dominar otra lengua como el francés, esto contribuirá a que hayan mayores oportunidades académicas y labores a nivel nacional e internacional.

En concordancia con lo anterior, Brice 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

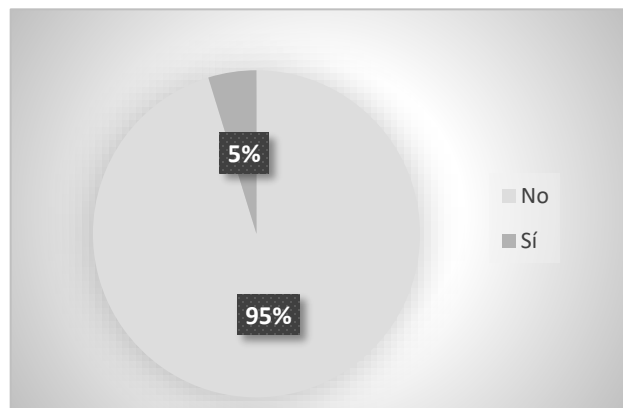
lengua materna con faltas y acentos que si le hablas en inglés. La gran mayoría de los países europeos tienen una historia cultural muy importante, hablar en inglés en cierta forma es percibido como “una sumisión” (Bibila, 2019).

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).

**Figura 25.** *¿Conoce instituciones académicas de países francófonos que puedan fortalecer la formación académica y en el idioma francés del estudiante de Administración de Empresas? (directivos y docentes)*



**Figura 26.** *¿Conoce instituciones académicas de países francófonos que puedan fortalecer su formación académica y en el idioma francés en algún país francófono? (estudiantes)*



Por un lado, la figura 25, muestra que el 65% de directivos y docentes encuestados no conocen instituciones académicas de países francófonos y el 35% sí conoce.

Por otro lado, con base en la figura 26 se concluye que el 95% de los estudiantes no conocen instituciones académicas de países francófonos y sólo el 5% argumentó que sí.

De una parte, la anterior pregunta se realizó, con la finalidad de analizar si los directivos y docentes conocían instituciones académicas con las que el Administrador de Empresas de la Universidad Santo Tomás pueda cooperar a fin de realizar algún proceso de movilidad con estas, ya que la educación en algunos de estos países francófonos es de muy alta calidad y puede contribuir a fortalecer las competencias y habilidades de mencionado profesional. Realizada la pregunta, se solicitó a aquellos que respondieron de manera afirmativa que enunciaran las que lograban identificar y el resultado fue el siguiente: Universidad de Montreal, Universidad de Laval en Canadá; Universidad de París o Sorbona en Francia, Audencia Business School en Francia y otros países europeos, Universidad de Notre dame, Alianza Francesa con presencia a nivel mundial y el Centro Colombo Francés.

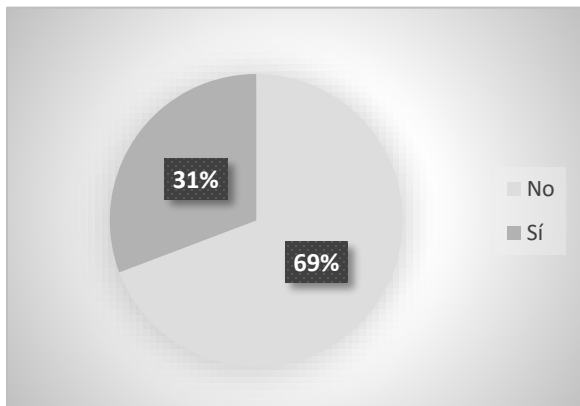
Por otra parte, las instituciones académicas identificadas por el 5% de los estudiantes que respondieron de forma afirmativa son: la Alianza Francesa la cual tiene presencia en todo el mundo, Universidades Francesas como lo son, La Universidad de Lille, Universidad de Bordeaux, Universidad Paris Dauphine; En Canadá se identificó la Universidad de Montreal ubicada en Quebec, y la Universidad de Zürich en Suiza.

De acuerdo en lo anterior, se realizó una búsqueda de las universidades más representativas de los países francófonos según el ranking Qs World 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 Zürich en Suiza, la mejor de ese país y la 27 a

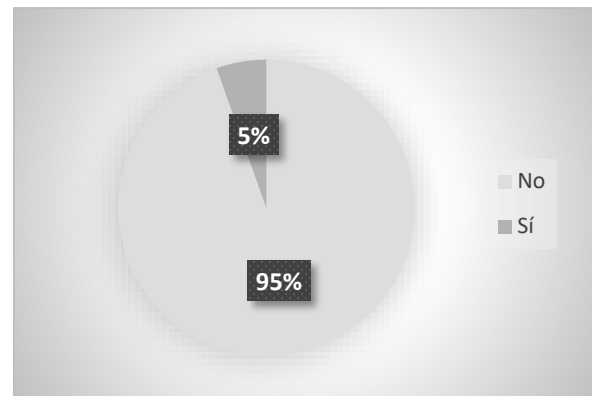


nivel mundial, también la escuela Federal de Zurich reconocida y famosa debido a que Albert Einstein realizó sus estudios allí y se desempeñó como docente. Analizando el continente Americano, se pueden encontrar Universidades como la Universidad de Montreal y la Universidad de Laval, las mejores de Quebec 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.

**Figura 27.** *¿Conoce empresas importantes en países francófonos donde el estudiante pueda realizar cualquier actividad académica o laboral como Administrador de Empresas? (directivos y docentes)*



**Figura 28.** *¿Conoce empresas importantes en países francófonos donde pueda realizar cualquier actividad académica o laboral como Administrador de Empresas? (estudiantes)*



De un lado, en la figura 27 se evidencia que el 69% 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% sí conoce.

De otro lado, cómo se puede apreciar en la figura 28 el 95% de los estudiantes no conocen empresas de los países francófonos y el 5% sí conoce.

De una parte, algunas de las empresas francófonas que lograron identificar los directivos y docentes que respondieron de modo afirmativo fueron: Renault, Nexans, Peugeot, Cámara de

comercio internacional de París, Air France, Seguros AXA, Carrefour, Audencia Business School; Algunos no identificaron con nombres propios algunas empresas pero mencionaron que el sector de la perfumería es muy importante y reconocido no solo en Francia sino en el mundo.

De otra parte, los estudiantes lograron identificar las siguientes empresas en países francófonos del sector de servicios 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 este sector está también la Alianza Francesa dedicada principalmente a la enseñanza del idioma y la cultura francesa, 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 Luois 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)

**Clasificación según los directivos y docentes por nivel de importancia de los siguientes idiomas, siendo 1 el de mayor relevancia y el 5 el de menor.**

| <i>Idiomas</i> | <i>Clasificación</i> | <i>Puntuación</i> |
|----------------|----------------------|-------------------|
| Inglés         | 1                    | 22                |
| Mandarín       | 2                    | 11                |
| Francés        | 3                    | 9                 |
| Alemán         | 4                    | 13                |
| Portugués      | 5                    | 9                 |

Finalmente, en 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)

**Tabla 5.** *Clasificación según los directivos y docentes por nivel de importancia de los siguientes idiomas, siendo el 1 de mayor relevancia y el 5 el de menor.*

Nota: La tabla 5 muestra la clasificación según directivos y docentes de los idiomas más importantes.

En la tabla 5, se identifica 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.

**Tabla 6.** *Clasificación según los estudiantes por nivel de importancia de los siguientes idiomas, siendo el 1 de mayor relevancia y el 5 el de menor.*

| <b>Clasificación según los estudiantes por nivel de importancia de los siguientes idiomas, siendo el 1 de mayor relevancia y el 5 el de menor.</b> |                      |                   |
|--|----------------------|-------------------|
| <b>Idiomas</b>   | <b>Clasificación</b> | <b>Puntuación</b> |
| Inglés   | 1                    | 135               |
| Francés  | 2                    | 57                |
| Mandarín   | 3                    | 51                |
| Alemán   | 4                    | 56                |
| Portugués  | 5                    | 49                |

Nota: La tabla 6 muestra la clasificación según estudiantes de los idiomas más importantes.

En la tabla 6 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.

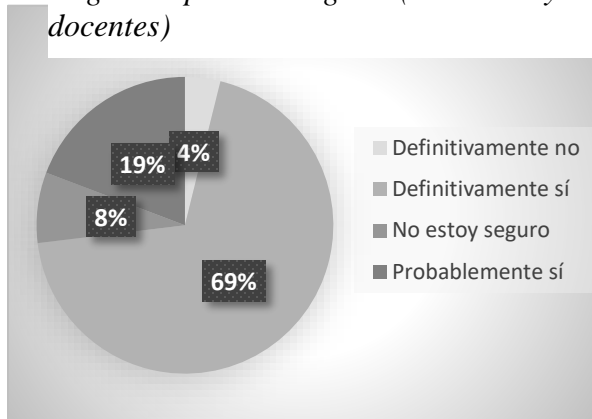
El idioma inglés nació gracias a los invasores germanos que llegaron a las islas británicas procedentes de lo que actualmente es el noroeste de Alemania y Países Bajos. Al principio, esta lengua estaba compuesta por un conjunto de dialectos, entre los que destacaba el sajón occidental. A él hubo que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

El inglés incorporó vocablos procedentes de los dialectos celtas originales de Britania, que aún permanecen en lugares como Escocia y Gales; así como del latín, lengua oficial del Imperio Romano, que tuvo a Britania como una de sus provincias. No se debe olvidar que la romanización tuvo una gran influencia en la provincia de Britania, pero también es necesario remontarse más de 3.500 años para saber en qué momento se incorporaron al inglés todas estas expresiones. De las

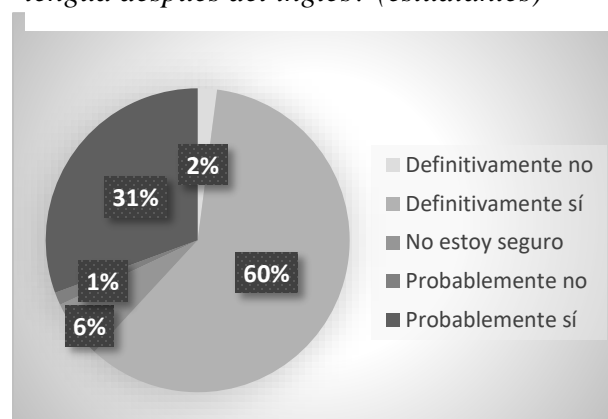
antiguas lenguas celtas nativas sólo queda el galés, pues el cornuallense (Cornish) desapareció en el siglo XX (Pangeanic, 2020).

Cabe destacar que es uno de los idiomas oficiales de las Naciones Unidas, además de vehicular en la Unión Europea y el Comité Olímpico Internacional. Pese a ello, hay que resaltar que el inglés no es la lengua más hablada del planeta. Ese honor lo tiene el chino mandarín, con casi 1.100 millones de hablantes. El inglés ocupa el 2º puesto, con 942 millones. El español se sitúa 3º, un poco lejos de los 2 primeros, con 520 millones de personas. Sin embargo, estas cifras no cuentan tanto a los hablantes nativos como a los que han adquirido el idioma inglés como segunda lengua (Pangeanic, 2020).

**Figura 29.** *¿Considera aprender una tercera lengua después del inglés? (directivos y docentes)*



**Figura 30.** *¿Considera aprender una tercera lengua después del inglés? (estudiantes)*



De un lado en la figura 29 se evidencia que el 69% de directivos y docentes definitivamente sí consideran aprender una tercera lengua después del inglés, luego el 19% sostuvo que probablemente sí, el 8% dijo no estar seguros y el 4% respondió que definitivamente no consideran aprender una tercera lengua después del inglés.

De otro lado en la figura 30 se observa que el 60% de los estudiantes respondieron que definitivamente sí consideran aprender una tercera lengua después del inglés, posteriormente el 31% sostuvo que probablemente sí consideran aprender una tercera lengua, mientras el 6% afirmó no estar seguros, el 2% dijo que definitivamente no y el 1% que probablemente no.

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.

Además, los estudiantes tienen claro que ya no se deben conformar con saber solo inglés como lengua extranjera sino que deben aprender una tercera lengua como un factor indispensable y relevante para las futuras relaciones no solo profesionales sino también personales, esto porque los cambios en el mundo cada día son más rápidos y las relaciones día a día son más internacionales en todos los sentidos.

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).

El conocimiento de un idioma extranjero, no sólo abre las puertas para laborar fuera de su país natal. Además, sirve para encontrar un mejor empleo en este, bien sea para hacer carrera en la actual empresa o para ingresar en otra, esto dado a la fuerte demanda de trabajadores con conocimientos de idiomas (ESERP Business school, 2020).

Como se sabe, el idioma internacional de los negocios por excelencia es el inglés. En cualquier parte del mundo, para hacer negocios o para vivir, dominar el inglés posibilita la apertura de nuevas oportunidades. Las empresas actualmente están enfocadas hacia el exterior y están en contacto diario con empresas extranjeras. Esto hace que se requieran trabajadores cualificados que puedan comunicarse con ellos y no perder oportunidades de negocios (ESERP Business school, 2020).

Finalmente, los hallazgos más importantes del presente capítulo son en primer lugar, que, la mayoría de estudiantes no han tenido la oportunidad de conocer el idioma francés ya que el 85% no han tomado clases de mencionado idioma, en segundo lugar, la mayoría de directivos, docentes y estudiantes están interesados en aprender el idioma, (92 y 90% respectivamente). En tercer lugar, el 46% de los directivos y docentes mencionaron el gusto por el idioma y el 47% de estudiantes manifestaron que más o menos les gusta. En cuarto lugar, 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. En quinto lugar, directivos y docentes argumentaron la importancia de que los estudiantes de Administración de Empresas realicen movilidad internacional a países Francófonos igualmente los estudiantes, teniendo en cuenta que el principal motivo para realizar movilidad internacional según los encuestados fue el del aprendizaje del idioma.



Consecuentemente, la mayoría de directivos, docentes y estudiantes consideran importante y muy 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 y muy importante, aunque hubo argumentos de que debería incluirse como una electiva u optativa junto con otros idiomas extranjeros. Asimismo, argumentaron que el idioma francés es importante en la inserción laboral del profesional en Administración de Empresas.

En consecuencia, se obtuvo que 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.

## **Capítulo 2. Instituciones de Educación Superior Relacionadas con el Programa de Administración de Empresas en Países Francófonos**

Por un lado, en el presente capítulo se detallan algunos aspectos relevantes de 15 instituciones de Educación Superior relacionadas con el programa de Administración de Empresas, teniendo como principal objeto de estudio los programas de pregrado con similar o igual denominación y programas de posgrados como maestrías en Administración. Lo anterior en Universidades y Escuelas de Negocios de países francófonos ubicadas en Francia, Canadá, Suiza y Bélgica, estas instituciones se seleccionaron de acuerdo con la clasificación del ranking QS World University para el caso de las universidades, y el ranking QS MBA el cuál clasifica las mejores escuelas de negocios para realizar una maestría en Administración.

Para ello se realizó una revisión y análisis del contenido disponible en las páginas web oficiales de las instituciones, considerando sólo aquellas que tuvieran relación con la Administración de Empresas o Gestión como se le suele denominar también, es decir se tomó aquellas que brindaron información respecto a la formación de profesionales y magísteres y posteriormente se recolectó la información en una ficha, de igual modo se tabuló y analizó la información.

Lo anterior, con el fin de conocer detalladamente las instituciones más importantes en la formación de Administradores de Empresas y así considerar una visión de la educación ofertada dando prioridad a programas de pregrado y maestría en países francófonos y que esta sea conocida por los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Santo Tomás, con el propósito de que sea una herramienta útil para los estudiantes que deseen realizar movilidad internacional y fortalecer sus competencias en un país de habla francesa o formación profesional.

Por otro lado, se tomó el ranking QS debido a que es uno de los más importantes en la clasificación de Instituciones de Educación Superior, ya que este clasifica alrededor de mil universidades del mundo como las mejores, en este se resalta, que las principales clasificaciones son de universidades estadounidenses, sin embargo, países como Francia, Canadá, Suiza y Bélgica posicionan sus Instituciones de Educación Superior entre las más destacadas.

Este ranking se realiza utilizando seis métricas simples que se cree que capturan efectivamente el rendimiento universitario tanto de las universidades como de las escuelas de negocios que son:

### **Reputación Académica**

Representa el 40% del puntaje final de una institución, Con base en la Encuesta Académica QS, recopila las opiniones de más de 94,000 expertos en el espacio de educación superior con respecto a la calidad de la enseñanza y la investigación en las universidades del mundo. Al hacerlo, se ha convertido en la encuesta de opinión académica más grande del mundo y, en términos de tamaño y alcance, es un medio incomparable de medir el sentimiento en la comunidad académica (QS TOPUNIVERSITIES, 2020).

### **Reputación del Empleador**

Representa el 10% del puntaje, se basa en casi 45,000 respuestas a la encuesta de empleador de QS, y les pide a los empleadores que identifiquen aquellas instituciones de las cuales obtienen los graduados más competentes, innovadores y efectivos. Cabe agregar que es la encuesta más grande del mundo en su tipo (QS TOPUNIVERSITIES, 2020).

### **Proporción Facultad / Estudiante**

Representa el 20% del puntaje. Evalúa en qué medida las instituciones pueden proporcionar a los estudiantes un acceso significativo a profesores y tutores, y reconoce que un alto número de miembros de la facultad por estudiante reducirá la carga de enseñanza en cada académico individual (QS TOPUNIVERSITIES, 2020).

### **Citas por Facultad**

Representa el 20% del puntaje. El resultado de la investigación es un indicador muy importante también ya que mide la calidad de la investigación institucional, para calcularlo, se

calcula el número total de citas recibidas por todos los documentos producidos por una institución en un período de cinco años por el número de miembros de la facultad en esa institución.

### **Proporción internacional de profesores y Proporción de estudiantes internacionales**

Cada una representa el 5% del puntaje. Una universidad altamente internacional adquiere y confiere una serie de ventajas, demuestra una capacidad para atraer profesores y estudiantes de todo el mundo, lo que a su vez sugiere que posee una marca internacional fuerte. Implica una perspectiva altamente global: esencialmente para las instituciones que operan en un sector internacionalizado de educación superior. También proporciona a los estudiantes y al personal por igual un entorno multinacional, facilitando el intercambio de mejores prácticas y creencias (QS TOPUNIVERSITIES, 2020).

En consecuencia, con lo anterior se presentan las 15 Instituciones de Educación Superior, 8 universidades y 7 escuelas de negocios que se detallan en las siguientes tablas.

**Tabla 7.** *Clasificación de las universidades más importantes de países francófonos con relación a Administración de Empresas según ranking QS World University 2020.*

| <b>País</b> | <b>Institución Académica</b>                    | <b>Posición en el Ranking Internacional</b> | <b>Posición en el Ranking Nacional</b> |
|-------------|---|---|--|
| Suiza       | Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) | 18  | 2                                      |
| Canadá      | Universidad McGill                              | 31  | 2                                      |
| Suiza       | Universidad de Zürich                           | 76  | 3                                      |
| Bélgica     | Universidad KU LEUVEN                           | 80  | 1                                      |
| Francia     | Universidad de Paris                            | 253   | 9                                      |
| Francia     | Universidad Grenoble Alpes                      | 351   | 13                                     |
| Suiza       | Universidad de ST GALLEN                        | 398   | 8                                      |
| Canadá      | Universidad de Laval                            | 416   | 15                                     |

Nota: Adaptado de ranking QS World University 2020.

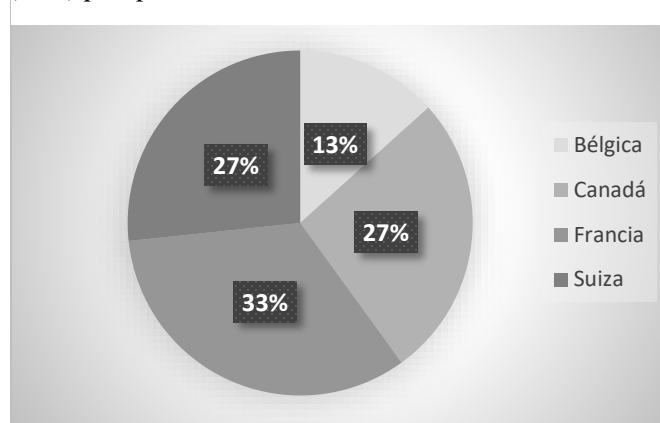
**Tabla 8.** *Clasificación de las Escuelas de Negocios más importantes de países francófonos con relación a la Administración de Empresas según ranking QS Global MBA Ranking.*

| País    | Institución Académica             | Posición en el Ranking Internacional | Posición en el Ranking Nacional |
|---------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| Francia | Escuela de negocios HEC, París    | 7                                    | 1                               |
| Suiza   | Escuela de negocios IMD           | 24                                   | 1                               |
| Francia | Escuela de negocios ESSEC         | 30                                   | 2                               |
| Francia | Escuela de negocios EDHEC         | 46                                   | 3                               |
| Bélgica | Escuela de negocios VLERICK       | 59                                   | 1                               |
| Canadá  | Escuela de negocios John Molson   | 111-120                              | 8                               |
| Canadá  | Escuela de negocios HEC, Montreal | 131-140                              | 9                               |

Nota: Adaptado de ranking QS Global MBA Ranking 2020.

Los países francófonos son aquellos que tienen la lengua francesa como una de sus lenguas oficiales, sin embargo para el presente análisis se tomaron los 4 más representativos en materia de Educación Superior que fueron Francia, Suiza, Canadá y Bélgica, continuando con el ranking QS World University y QS global MBA del 2020.

**Figura 19.** *Instituciones de Educación Superior (IES) por país.*



En la figura 31, se puede apreciar que el país francófono del cual se tomó el mayor número de IES fué Francia con un 33%, luego están Canadá y Suiza cada uno con 27% y Bélgica con el 13%.

Los países oficialmente francófonos en el mundo son 31, sin embargo para la realización de este capítulo, se seleccionaron los países francófonos que tienen las mejores IES según el ranking QS, los cuales fueron Francia, Suiza, Canadá y Bélgica. Adicionalmente, las ciudades donde se encuentran estas IES son en Francia: París, Pontoise, Roubaix y Grenoble; En Suiza: Lausanne, Zürich y San Galo; En Canadá: Montreal y Ciudad de Quebec; Y en Bélgica: Bruselas y Gante.

A continuación, se detallan las principales ciudades universitarias de acuerdo a lo anteriormente enunciado:

Primero, París es la principal ciudad universitaria de Francia y se encuentra en el séptimo lugar 10 de las mejores ciudades universitarias según QS Ranking en el mundo. El sólido desempeño de París en el ranking se debe en gran parte a su alta concentración de universidades clasificadas internacionalmente. Hogar de 12 universidades incluidas en el QS World University Rankings® (ya sea en general o en indicadores específicos), reclama más instituciones líderes

mundiales que casi cualquier ciudad del planeta, con la excepción de Seúl y Londres (ambas tienen 18). Si bien París tiene una reputación (justificada) por su alto costo de vida, esto se ve compensado en gran medida por las bajas tasas de matrícula. Cada vez es más barato también, la ciudad ha subido 16 lugares para la asequibilidad de este año ahora rango de 76°. Además es una ciudad atractiva por su cultura, gastronomía, idioma y nivel de estudiantes internacionales (QS Ranking, 2019)

Segundo, Montreal en Canadá, se encuentra en el puesto número seis según según el ranking QS, siendo la mejor ciudad calificada de América. Montreal es multicultural, multilingüe y es ampliamente conocida como la "capital cultural" de Canadá. Se desempeña bien en cinco de los seis indicadores evaluados, clasificándose entre los 50 principales para todos ellos, excepto la asequibilidad (QS Ranking, 2019).

Tercero y finalmente, Zürich en Suiza, se encuentra en el puesto número ocho según el ranking QS, Zurich es conocida por su prosperidad, orden y bajos impuestos, Zurich es la ciudad más grande de Suiza y una de las más ricas de Europa, lo que ofrece ventajas y desventajas para los estudiantes internacionales. Por un lado, su riqueza significa que Zurich es limpia, segura y está impecablemente mantenida, clasificándose frecuentemente entre las ciudades más habitables del mundo. Pero, por otro lado, los gastos de subsistencia pueden ser asombrosamente altos, sin embargo, las tasas de matrícula internacional en Suiza son relativamente bajas, por lo que los costos generales de estudiar en Zürich probablemente sean considerablemente más bajos en comparación con las ciudades del Reino Unido, EE. UU. O Australia, por ejemplo (QS Ranking, 2019).

Ahora bien, En primer, lugar hablando específicamente de las IES de estos países, se encuentra por Francia a la Universidad de París, ubicada en el Ranking QS World University en

el puesto 253 a nivel mundial y en el puesto 9 a nivel país, esta universidad tiene 4 campus: Campus des grands Moulins, IGP, Saint-germain-des-pres y CRI París; adicionalmente se encuentra la Universidad Grenoble Alpes, ubicada en el puesto 351 a nivel mundial y el puesto 13 a nivel país, por el mismo ranking. Esta tiene 2 seccionales: Grenoble y Valence; consecuentemente, está la Escuela de Negocios HEC París, la cual según el ranking QS Global MBA, que clasifica las mejores Escuelas de Negocios, se posiciona a nivel mundial en el puesto 7 y a nivel país como la número 1; de igual modo está la Escuela de Negocios ESSES que se posiciona por este mismo ranking en el puesto 30 a nivel mundial y en el puesto 2 a nivel nacional, esta escuela cuenta con 4 seccionales en París, la Defense, París Cergy, Singapur y Marruecos; Finalmente, se encuentra la Escuela de Negocios EDHEC, Posicionada en el anterior ranking en el puesto 46 a nivel internacional y en el puesto 3 a nivel nacional, esta cuenta con 5 Sedes en Lille, Niza, París, Londres y Singapur.

En segundo lugar, de las IES de Suiza, se encuentra la Universidad Politécnica Federal de Lausanne (EPFL), ubicada según el ranking QS World University en el puesto 18 a nivel mundial y en el puesto 2 a nivel nacional, cuenta con 5 Campus: Lausanne, Friburgo, Ginebra, Neuchatel y Valais Wallis; De igual modo se encuentra la Universidad de Zürich, que según el ranking anterior se encuentra en la posición 76 a nivel mundial y en el puesto 3 a nivel nacional, esta universidad tiene 4. Campus: Campus de la ciudad, Irchel, Oerlikon y Schlieren; También, se encuentra la Universidad de San Galo, ubicada en el puesto 398 a nivel internacional y en el 8 a nivel nacional en el QS World University, sin embargo según el ranking QS Global MBA se clasifica en el puesto 47 a nivel mundial y 2 a nivel nacional; y finalmente en este país está la Escuela de Negocios IMD, Clasificada según el QS Global MBA en el puesto 24 a nivel mundial

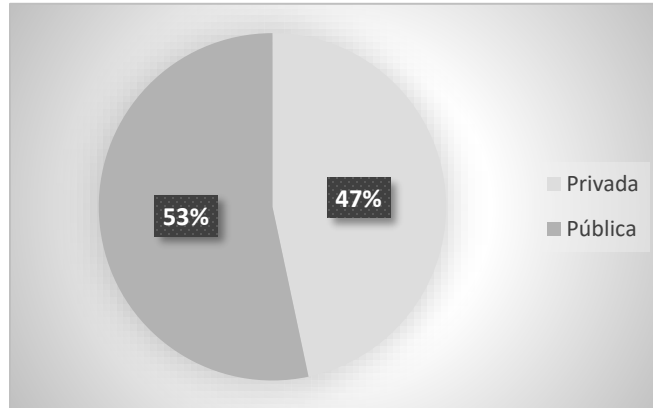


y en puesto 1 a nivel nacional, esta escuela tiene dos sedes 1 en Suiza (Lausanne) y la otra en Singapur.

En tercer lugar de las IES de Canadá, se encuentra la Universidad McGill, la cual según el ranking QS World University se encuentra en la posición 31 a nivel mundial y en la 2 a nivel nacional, esta universidad tiene 3 Campus: Centro, Macdonald y Gault Nature reserve; Igualmente está la Universidad de Laval, ubicada por el ranking anterior en el puesto 416 a nivel mundial y 15 a nivel nacional, cuenta con 1 campus suficientemente grande de 1,8km<sup>2</sup>, el cual posee 40 edificios y el 68% del campus es zona verde; También está la Escuela de Negocios Jhon Molson (perteneciente a la Université Concordia), esta escuela se posiciona según el QS Global Ranking en el puesto 111 a 120 a nivel internacional y en el puesto 8 a nivel nacional, la universidad como tal cuenta con 2 campus Sir George Williams y Loyola; y finalmente por Canadá está la Escuela de Negocios HEC Montreal (de la Universidad de Montreal), ubicada por el QS Global Ranking en el puesto 131 a 140 a nivel mundial y en el puesto 9 a nivel nacional, la universidad como tal cuenta con 7 campus: Montreal, Campus MIL, Laval, Saint-Hyacinthe, Mauricie, Longueuil Y Lanaudiere.

Por último, en cuarto lugar de las IES de Bélgica, se encuentra la Universidad Ku Leuven, la cual según el ranking QS World University, se encuentra en la posición 80 a nivel mundial y 1 a nivel nacional, esta cuenta con 4 campus: Lovaina, Bruselas, Gante y Ambares; Adicionalmente está la Escuela de Negocios VLERICK Ubicada por el QS Global MBA en la posición 59 a nivel mundial y 1 a nivel nacional, esta escuela cuenta con 3 campus: Gante, Lovaina y Bruselas.

**Figura 20.** *Carácter de las Instituciones de Educación Superior (IES)*



En la figura 32, se puede observar el carácter de las instituciones académicas analizadas tanto de Universidades como de Escuelas de Negocios, de las cuales se puede afirmar que el 53% son públicas y el 47% privadas.

Por un lado, las Universidades y Escuelas de Negocios analizadas de carácter público en Francia son:

Primero, la Universidad de París, la cual es reconocida por su alto nivel de investigación científica de impacto en varias áreas de conocimiento, es por ello que recibió la etiqueta IDEX USPC. La estructura de esta universidad se compone de un Presidente, vicepresidentes de áreas, facultades, decanos, consejo administrativo, consejo académico.

Segundo, la Universidad Grenoble Alpes, es reconocida por su excelencia científica y tecnológica, así como por su potencial de innovación. Gracias a la fuerte cooperación entre universidades, grandes escuelas, organizaciones de investigación y el mundo socioeconómico, el proyecto "Universidad IDEX Grenoble Alpes: universidad de innovación" ha sido etiquetado como "Iniciativa de Excelencia". La estructura de esta universidad se compone de un Gerente General de Servicios, Director General Adjunto de Servicios Subdirectora General de Recursos Humanos, Prevención de Salud, QVT Subdirectora General de Recursos, departamentos y subdepartamentos.

De igual modo, las IES públicas de Suiza son:

Primero, La Universidad de San Galo la cual cuenta 3 certificaciones internacionales que acreditan su alta calidad de educación en el área de la Administración, que son EFMD Equis Accredited, AACSB Accredited y Association of AMBA Accredited. Estas certificaciones son recibidas principalmente por Escuelas de Negocios. La estructura de esta universidad se compone de Junta de Gobernadores (1 presidente y 11 miembros), Senado, Junta de presidentes, Facultad junior, Unión de Estudiantes, Escuelas, Institutos.

Segundo, la Universidad de Zürich la cual es reconocida por 18 premios nobel entregados a académicos de la UZH. Esta Universidad está organizada por una Junta directiva, Junta Ejecutiva, consejo ejecutivo extendido, senado y servicios centrales.

Asimismo, las IES públicas de Canadá son:

En primer lugar, la Universidad McGill, no se evidenciaron las certificaciones o acreditaciones, pero sí se destaca que es esta universidad es reconocida por ser la número 1 en Canadá entre las Universidades médico-doctorales, durante 15 años consecutivos y por su alto nivel de sostenibilidad e inversión en este campo, además que su alto nivel investigativo e inversión en innovación. Su estructura orgánica se compone de Directora y Vicecanciller, Jefe de Gabinete, Rector y subdirector (académico), Diputado Rector (Vida y aprendizaje del estudiante), Vice-Director (Administración y Finanzas), Vice-director (avance universitario), Vice-Director (Comunicaciones y Relaciones Externas), Vice-Director (Asuntos de Salud) y Decano de Medicina, Subdirectora (Investigación e Innovación), Secretario general, Asesor general y director de servicios legales.

En segundo lugar, la Universidad de Laval la cual se ubica en la posición número 7 a nivel nacional por su desempeño en investigación y desarrollo, destacándose en variadas áreas de

conocimiento, la facultad de Ciencias Administrativas, cuenta con las certificaciones internacionales AACSB Accredited y EFMD Equis Accredited. Su estructura orgánica se compone de rector, vicepresidente ejecutivo y de estudios y asuntos estudiantiles, vicerrector de asuntos externos, internacionales y salud, vicerrector de RRHH, Vicepresidente de investigación, vicerrector de Administración, secretario general entre otras vicepresidencias, concejo de administración y concejo universitario.

En tercer lugar, la Escuela de Negocios John Molson, Acreditada por su calidad con la certificación AACSB Accredited. Su estructura se compone de presidente, rector y vicepresidentes. La administración es supervisada por la Junta de Gobernadores y su máximo órgano académico es el Senado.

Por otro lado, de las Universidades y Escuelas de Negocios analizadas de carácter privado en Francia:

El primer lugar, la Escuela de Negocios HEC París, la cual se encuentra acreditada por las principales certificaciones internacionales de alta calidad siendo Association of AMBA Accredited, AACSB Accredited y EFMD Equis Accredited, su estructura orgánica se compone de Presidente, decano, accionistas, Junta Directiva y Junta consultiva internacional, siendo esta la gobernanza de la Escuela.

Segundo lugar, la Escuela de Negocios ESSEC, esta escuela cuenta con las certificaciones internacionales de alta calidad Association of AMBA Accredited, AACSB, y EFMD Equis Accredited y con la certificación nacional Bienvenue en France, 3 estrellas otorgada por Campus France y el Ministerio de Educación Superior la cual verifica la calidad de la recepción de estudiantes internacionales cumpliendo con criterios de Instalaciones de recepción, la oferta formativa, Vivienda, Vida en el campus y la calidad del seguimiento de posgrado. Su estructura

orgánica se compone de Director general, decano de profesores, subdirector gerente y decano de programas, director financiero, secretario general, asesor de marketing estratégico, director de investigación, concejo de administración, concejo de supervisión, asamblea general.

Tercer lugar, se encuentra la Escuela de Negocios EDHEC, la cual cuenta con las certificaciones internacionales Association of AMBA Accredited, AACSB Accredited y EFMD Equis Accredited. Cabe agregar que no se encontró información detallada de su estructura orgánica.

De igual modo las IES privadas en Suiza son:

En primer lugar, la Escuela Politécnica Federal de Lausanne (EPFL), la cual es muy reconocida por su desempeño investigativo, cuenta con profesionales e investigadores de alto nivel los cuales han recibido distinciones como el Premio Sanofi-Pasteur, el premio Fermat 2019, otro premio recibido por la society for risk analysis, entre otros. EPFL está encabezado por la Dirección, que está compuesta por el Presidente, los Vicepresidentes y los Servicios Centrales. Está subestructurado en cinco escuelas, tres colegios, una Asamblea EPFL, un Consejo de maestros EPFL y múltiples centros.

En segundo lugar, la Escuela de Negocios IMD, certificada internacionalmente con Association of AMBA Accredited, AACSB Accredited y EFMD Equis Accredited por su alta calidad en educación, además EcoVadis anunció la calificación de plata de la escuela de negocios para 2019, mostrando una clara progresión año tras año. Su estructura organiza está gobernada por Presidente, vicepresidente, concejos de supervisión y junta AC.

Igualmente, en la IES privada de Canadá se encuentra la Escuela de Negocios HEC Montreal, la cual es independiente pero afiliada a la Universidad de Montreal, esta escuela está certificada internacionalmente por EFMD Equis Accredited, AACSB Accredited y Association of

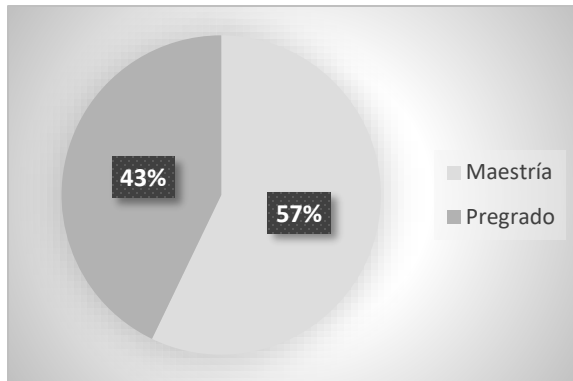
AMBA Accredited, siendo de las primeras y pocas de América en contar con tales certificaciones. No se especifica su estructura orgánica como escuela, sin embargo sí se encuentra la estructura de la Universidad de Montreal que menciona que (la Carta Universitaria establece la existencia de tres grandes cuerpos universitarios: el Consejo, la Asamblea Universitaria y la Comisión de Estudios.) Asamblea universitaria, consejo, comisión de estudio, comité ejecutivo, secretario general, rectorado, comité ejecutivo, oficina de auditoria interna, defensor del pueblo.

Finalmente por su parte las IES privadas de Bélgica son:

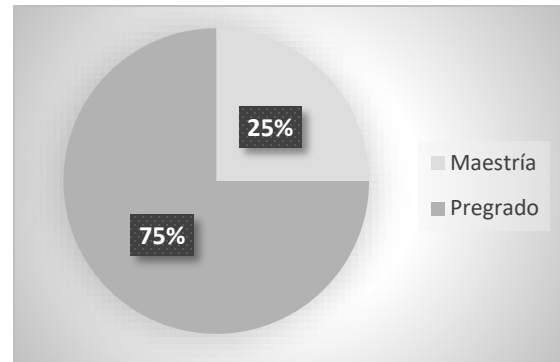
En primer lugar, la Universidad Ku Leuven, se caracteriza por ser la más antigua de Bélgica y de las más antiguas en Europa, es líder en investigación basándose en áreas multidisciplinarias de alto nivel. Su estructura se compone de Rector, vicerrector, divisiones, campus, facultades, administración de la universidad y servicios centrales, I&D y Oficina de auditoria interna.

En segundo lugar, la Escuela de Negocios VLERICK. Cuenta con las certificaciones internacionales EFMD Equis Accredited, AACSB Accredited, Association of AMBA Accredited y un reconocimiento por Financial Times. No se encontró información sobre su estructura orgánica.

**Figura 33.** *Programas de estudio en las Escuelas de Negocios*



**Figura 34.** *Programas de estudio en las Universidades*



Por un lado en la figura 33, se puede evidenciar que en las Escuelas de Negocios estudiadas de los programas analizados el 57% correspondieron a maestrías y el 43% a programas de pregrado.

Por otro lado en la figura 34, se aprecia que en las Universidades estudiadas de los programas analizados el 25% correspondieron a maestrías y el 75% a programas de pregrado.

De las IES estudiadas se tuvo en cuenta aquellas con programas de pregrado y/o maestría en Administración de Empresas, sin embargo dependiendo del país esta denominación puede variar. De una parte, haciendo referencia a los programas de pregrado es relevante hacer una acepción de su definición que según el Ministerio de Educación Nacional los programas de pregrado son programas académicos que preparan para el desempeño de ocupaciones, para el ejercicio de una profesión o disciplina determinada, de naturaleza tecnológica o científica o en el área de las humanidades, las artes y la filosofía. También son programas de pregrado aquellos de naturaleza multidisciplinaria como estudios de artes liberales (Mineducación, 2019).

En este orden de ideas, se encontró que a los programas de pregrado en Administración de Empresas se les denomina también Licenciatura en Administración, Licenciatura en Administración de Empresas, Especialización en Administración de Empresas, Licenciatura en

Gestión. Según las universidades analizadas, cabe agregar que durante la revisión de los planes de estudio de estos pregrados, se encontró gran variedad de profundizaciones o especializaciones como finanzas, mercadeo, recursos humanos, administración tecnológica, finanzas, seguros, emprendimiento y gestión de PYMES, gestión urbana e inmobiliaria, gestión de negocios digitales entre otros.

De otra parte, según el Ministerio de Educación Nacional las Maestrías son Programas de posgrado que buscan ampliar y desarrollar los conocimientos para la solución de problemas disciplinarios, interdisciplinarios o profesionales y dotar al estudiante de los instrumentos básicos que lo habiliten como investigador en un área específica de las ciencias o de las tecnologías o que le permitan profundizar teórica y conceptualmente en un campo de la filosofía, de las humanidades y de las artes. Las maestrías pueden ser de profundización o de investigación (Mineducación, 2019).

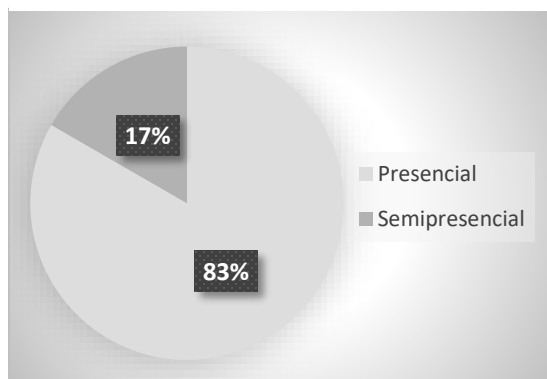
Las maestrías analizadas fueron los MBA y las Maestrías en Administración de Empresas, las cuales a nivel internacional no cambian su denominación ya que de hecho sus siglas provienen del inglés “Master of Business Administration”. Cabe agregar que hay gran variedad de maestrías en áreas de administración o afines pero para este caso solo se tuvo en cuenta los MBA, sin embargo, estos cuentan con variedad de énfasis dependiendo de la IES que la provea, por ejemplo hay énfasis en innovación digital, innovación sostenible y disruptiva, gestión avanzada, emprendimiento, finanzas, marketing, estrategia, negociación y gobierno, liderazgo y gestión del cambio, gestión general, innovación y negocios social, gestión general, entre otras.

Las diferentes IES analizadas, ofertan gran variedad de énfasis y cursos complementarios dado que los programas de pregrado como los de maestría, además están enfocados y orientados

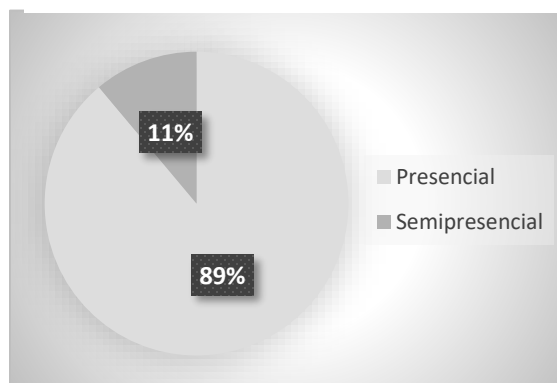


en el competente internacional con la visión de formar profesionales para el mundo y no solo para sus países de origen, teniendo en cuenta la enseñanza de otras lenguas extranjeras o la enseñanza de clases en lenguas como el francés, inglés y alemán en algunos casos.

**Figura 35.** Modalidad de los programas de maestría



**Figura 36.** Modalidad de los programas de pregrado



Las anteriores figuras muestran la modalidad en que se brinda la formación en maestría y pregrado en las IES analizadas.

De una parte en cuanto a maestría (Figura 35) el 83% se realiza de modo presencial y el 17% de manera semipresencial.

De otra parte en cuanto a pregrado (Figura 36) el 89% se realiza de modo presencial y el 11% de manera semipresencial.

Existen diferentes modalidades de estudio, las principales son la educación presencial, semipresencial, virtual y a distancia. En primer lugar, Rodrigo Durán en su tesis doctoral *“La Educación Virtual Universitaria como medio para mejorar las competencias genéricas y los aprendizajes a través de buenas prácticas docentes”* define la educación presencial como la asistencia regular a encuentros presenciales en espacios físicos o preestablecidos donde hay una

interacción directa o física entre un enunciador experto (el docente) y unos destinatarios (los estudiantes), donde se utilizan canales de transmisión oral, escrito y visual principalmente y agrega que generalmente las universidades que ofrecen programas presenciales la asistencia a clases es obligatoria (Durán, 2015).

En segundo lugar, en cuanto a la educación semipresencial este mismo autor menciona que es una modalidad educativa que demanda un mínimo de horas de clases presenciales y el resto del tiempo se define como estudio independiente, periodo en el cual el estudiante cumplirá con las asignaciones encomendadas por el docente accediendo a la plataforma virtual de la Universidad, realizando investigación a través de fuentes tradicionales o electrónicas (Durán, 2015).

En tercer lugar, en cuanto a la educación virtual, el Ministerio de Educación Nacional argumenta que la educación virtual, también llamada "educación en línea", se refiere al desarrollo de programas de formación que tienen como escenario de enseñanza y aprendizaje el ciberespacio. En otras palabras, la educación virtual hace referencia a que no es necesario que el cuerpo, tiempo y espacio se conjuguen para lograr establecer un encuentro de diálogo o experiencia de aprendizaje. Sin que se dé un encuentro cara a cara entre el profesor y el alumno es posible establecer una relación interpersonal de carácter educativo, desde esta perspectiva, la educación virtual es una acción que busca propiciar espacios de formación, apoyándose en las TIC para instaurar una nueva forma de enseñar y de aprender (Mineducación, s.f.).

Y en cuarto lugar, con referencia a la educación a distancia el Ministerio de Educación Nacional también menciona que la educación virtual es una modalidad de la educación a distancia; implica una nueva visión de las exigencias del entorno económico, social y político, así como de las relaciones pedagógicas y de las TIC. No se trata simplemente de una forma singular de hacer llegar la información a lugares distantes, sino que es toda una perspectiva pedagógica, de igual

modo manifiesta que La educación a distancia apareció en el contexto social como una solución a los problemas de cobertura y calidad que aquejaban a un número elevado de personas, quienes deseaban beneficiarse de los avances pedagógicos, científicos y técnicos que habían alcanzado ciertas instituciones, pero que eran inaccesibles por la ubicación geográfica o bien por los elevados costos que implicaba un desplazamiento frecuente o definitivo a esas sedes (Mineducación, s.f.).

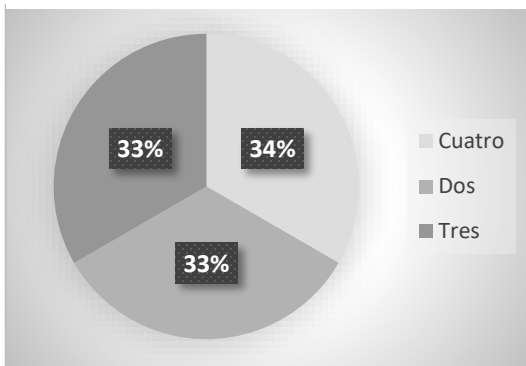
Teniendo una noción aproximada de las diferentes modalidades de estudio, se hace una breve comparación entre las modalidades de estudio de los programas previamente analizados de las IES de los países francófonos con las dos mejores Universidades del país teniendo en cuenta a una de carácter privado y otra de carácter público siendo la Universidad de los Andes y la Universidad Nacional de Colombia correspondientemente, donde la primera ocupa el puesto 234 en el Ranking QS World University a nivel mundial y el 1 a nivel nacional y la segunda el puesto 253 a nivel mundial y el 2 a nivel nacional (QSTOPUNIVERSITIES, 2020).

Entonces, haciendo una revisión de los programas de pregrado en Administración de Empresas tanto de la Universidad de los Andes como de la Universidad Nacional, se encontró que la modalidad en ambas universidades es presencial principalmente, sin embargo cuentan con componentes flexibles que permiten a los estudiantes optar por cursar materias semipresenciales o netamente virtuales, pero en sí, el programa es presencial.

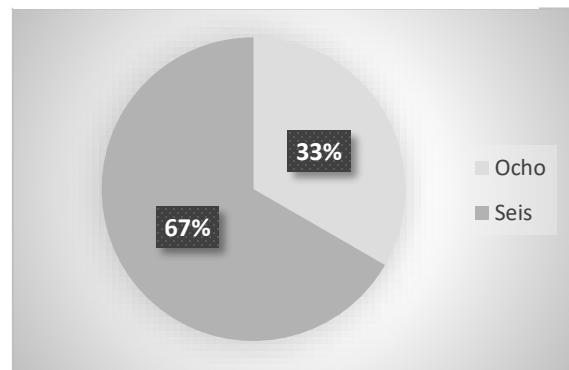
De igual modo haciendo una revisión de los programas de Maestría, por un lado se encontró que la Universidad de los Andes oferta 3 MBA, siendo MBA Ejecutivo, MBA Tiempo completo-parcial y Global MBA y 7 Maestrías en mercadeo, finanzas, gerencia ambiental, gerencia y práctica del desarrollo, gestión de la cadena de suministro, internacional en finanzas y gestión de la innovación tecnológica. Para esto se tomó el MBA Tiempo completo o parcial, el cual es presencial en los dos casos, solo cambia los tiempos de las clases.

Por otro lado, se encontró que la Universidad Nacional por su parte oferta 6 programas de maestría que son, maestría en Administración, en Ciencias Económicas, en Contabilidad y Finanzas, en Estudios Políticos, en Medio Ambiente y Desarrollo y en Gobierno Urbano. Para este caso se tomó la Maestría en Administración la cual tiene dos planes de estudio, Investigación o Profundización, sin embargo en ambos casos la maestría es presencial con componentes independientes para trabajar desde fuera como en la parte de investigación.

**Figura 37.** Duración de los programas de Maestría por semestres



**Figura 38.** Duración de los programas de pregrado por semestres



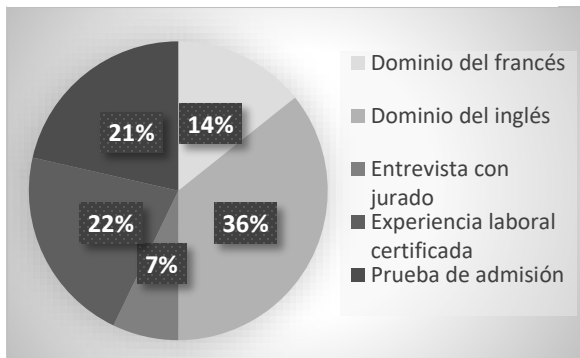
Por un lado en la figura 37, se puede observar la duración de los programas de maestría por semestres, lo que corresponde a que el 34% de las maestrías tardan cuatro semestres en ser cursadas, el 33% tardan tres semestres y el otro 33% tardan dos semestres.

Por otro lado en la figura 38, se puede apreciar la duración de los programas de pregrado por semestres, lo que corresponde a que el 67% de los pregrados tardan seis semestres en ser cursados y el 33% tardan ocho semestres.

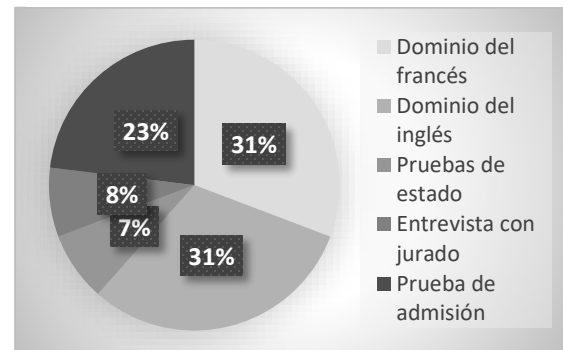
Por su parte en Colombia, tomando como referentes la Universidad de los Andes y la Universidad Nacional, los programas de pregrado tienen una duración de ocho a diez semestres y los programas de maestrías en lo que respecta a la universidad de los Andes especifica la duración

de sus programas MBA en meses, siendo estos de 24 meses, lo que correspondería a 4 semestres. Asimismo, los programas de maestrías en áreas afines a la administración se clasifican en una de tres a cuatro semestres dependiendo del programa de maestría. Por su lado, en la Universidad Nacional los programas de maestrías tienen una duración de cuatro semestres todos.

**Figura 39.** *Requisitos de Admisión para maestría*



**Figura 40.** *Requisitos de admisión para pregrado*



De una parte, en la figura 39 se muestran los requisitos de admisión básicos para aplicar a una maestría en las IES analizadas, el 36% exigen dominio del idioma inglés, el 22% exige experiencia laboral, el 21% una prueba de admisión, el 14% dominio del idioma francés y finalmente el 7% exige entrevista ante un jurado.

Por otra parte, en la figura 40 se muestran los requisitos de admisión básicos para aplicar a un programa de pregrado en las IES analizadas, el 31% exigen dominio tanto del idioma inglés como del francés cada una, el 23% exige una prueba de admisión, el 8% una entrevista con jurado y el 7% las pruebas de estado.

En primer lugar, al hacer la revisión de los requisitos de admisión para los programas de MBA solicitados por las IES analizadas, se encontró que el dominio del idioma francés es requerimiento en la mayoría para estudiantes internacionales que lleguen a estos países, sin embargo hay otras que no lo exigen, ya que imparten sus clases en el idioma inglés el cuál sí viene

siendo requisito y se debe certificar por medio de los exámenes oficiales TOEFL, IELTS, TOIEC, BULATS, y/o CLES. Además algunas instituciones exigen el dominio de una segunda lengua que puede ser la materna. Ahora bien, otros requisitos son: contar con el título profesional en Administración o afines así también en algunas exigen título de licenciatura en Ingeniería o en una disciplina científica como Matemáticas, Física, Química o Ciencias de la vida, cabe agregar que para algunas instituciones es indispensable que este título provenga de una institución acreditada en alta calidad.

Otro factor requerido, es la experiencia laboral que en unos casos debe ser mínimo de tres años y en otros mínimo de siete años. También, se deben presentar pruebas de conocimiento en diferentes áreas, algunas especialmente en matemáticas y finalmente presentar entrevistas frente a jurados de alto nivel como docentes con gran trayectoria e investigadores.

En segundo lugar, los requisitos para realizar un programa de pregrado en las IES francófonas son, el manejo el dominio del francés y/o del inglés el cual debe ser certificado en caso no ser la lengua materna por los exámenes oficiales, además hay instituciones que requieren conocimientos de otros idiomas como el alemán ya que incluyen cursos en este idioma. Una proporción de IES exige las pruebas del estado, aunque no es requisito indispensable para la mayoría, sin embargo sí se deben presentar pruebas o exámenes de conocimiento como prueba de admisión.

Otros requisitos son: contar con el diploma de bachiller, diploma de bachiller internacional o diploma de un liceo francés dependiendo de la institución, algunas exigen que los participantes seleccionen su programa en Administración preferido como su primera opción, luego una segunda y tercera opción. De igual modo, deben presentar una entrevista ante el jurado, presentar una prueba de admisión y tener un buen historial académico.

En Colombia, los requisitos para la realización de una maestría MBA tomando como referencia las dos mejores universidades del país son, de una parte en el caso de la Universidad de los Andes, exige que sea un profesional con mínimo 3 años de experiencia de experiencia laboral distinguiéndose por su alto potencial intelectual, habilidades académicas y creatividad. Además, debe cumplir con los requerimientos de una solicitud de admisión donde se pide diligenciar y facilitar información personal como lugar de residencia, experiencia laboral, datos de contacto etc. También, debe presentar una prueba de admisión este es un examen estandarizado en español que evalúa la aptitud académica, la habilidad cognitiva y el conocimiento de los estudiantes que postulan a programas de postgrado, evaluando específicamente habilidades en Razonamiento verbal, razonamiento cuantitativo, habilidad cognitiva, redacción y manejo de material escrito en el idioma inglés y finalmente presentar una entrevista individual con el Director del Programa y/o profesores de planta de la Facultad.

En el caso del pregrado en Administración los requisitos principales son el diploma de bachiller y los resultados de las pruebas de estado ICFES ya que basados en este se tiene en cuenta para poder ser admitido, el 99% de los estudiantes del pregrado se encuentra en el 5% del puntaje más alto del examen del ICFES.

En el caso de estudiantes internacionales estos deben cumplir con la ley colombiana y contar con Visa de estudiante tipo V u otro tipo de Visa que les permita estudiar en el país.

De otra parte, en la Universidad Nacional los requisitos para la realización de la Maestría en Administración son: Contar con título profesional en cualquier disciplina. Experiencia profesional de mínimo un año, después de graduados, presentar pruebas de aptitudes (pruebas de admisión), pruebas de conocimientos (prueba de pensamiento crítico), presentar una entrevista y

finalmente una revisión de la hoja de vida, cabe agregar que también debe facilitar documentos personales y llenar un formulario de inscripción con su información personal.

En el caso del pregrado en Administración de Empresas, se debe cumplir con el diploma de bachiller, examen de estado ICFES, presentar una prueba de admisión y presentar pruebas específicas en caso de aprobar el examen de admisión.

### **Perfil Ocupacional de la Maestría MBA o Maestrías Afines a la Administración en IES de Países Francófonos**

Primero, la Escuela Politécnica Federal de Lausanne (EPFL) de Suiza, menciona que “Los graduados habrán adquirido el conocimiento y desarrollado las habilidades necesarias para unir con éxito los mundos de la tecnología y los negocios en una gran variedad de organizaciones (desde pequeñas empresas, nuevas, hasta grandes empresas establecidas; empresas de consultoría, organizaciones públicas)” (EPFL, 2020).

Segundo, la Escuela de Negocios ESSEC de Francia, manifiesta que el MBA permite que se “Desarrolle una visión global de 360 grados del negocio y la experiencia en todas las funciones corporativas, Pruebe una idea empresarial mediante la aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos para crear un nuevo negocio o desarrollar un nuevo producto o mercado para su empresa. Aprenda a trabajar eficazmente en equipos y en un entorno con un alto nivel de diversidad y diferencias culturales. Aumente su versatilidad y valor para su empleador, multiplicando así sus oportunidades profesionales y Cree una red valiosa y duradera de socios comerciales y amigos” (ESSEC, 2020).

Tercero, la Escuela de Negocios IMD de Suiza, dice que “El programa IMD MBA lo prepara para marcar la diferencia en un mundo complejo y en rápida evolución, ayudándole a



posicionarse para tener un impacto inmediato y progresar rápidamente” (IMD Business School, 2020).

Cuarto, la Escuela de Negocios Vlerick de Bélgica, manifiesta que “el MBA a tiempo completo le brinda las habilidades de vanguardia, el conocimiento profundo, la experiencia práctica y la perspectiva internacional que necesita para dejar su huella en el acelerado mundo de los negocios de hoy” (Vlerick Business School, 2020).

En Colombia el perfil ocupacional de quien culmina el MBA en la Universidad de los Andes es “liderar y ayudar a desarrollar organizaciones innovadoras y sostenibles, resolviendo diferentes problemas y tomando decisiones dentro de condiciones dinámicas, con una visión integral y a largo plazo” (Universidad de los Andes, 2020).

De igual modo el perfil ocupacional de quién culmina la Maestría en Administración en la Universidad Nacional en el plan de investigación es “Profesional con capacidad de análisis y abstracción de problemas complejos de la organización y capaz de generar modelos innovadores a esos problemas organizacionales. Capaz de generar una visión compleja e integradora en lo que son las ciencias económicas en los problemas organizacionales y de vincularse de forma activa a lo que significa un proceso de investigación. Capacidad de involucrarse a grupos de investigación, o redes de investigación, o poder continuar su formación investigativa a un nivel de formación más avanzado” (Universidad Nacional de Colombia, 2020).

Mientras, en el plan de profundización es “Profesional con capacidad para diagnosticar problemas concretos de las organizacionales, comprender los ambientes organizacionales, proponer soluciones y acompañar la implementación de modelos, metodologías y herramientas de la gestión en el contexto organizacional. Con capacidad de ser un agente de liderazgo interno o

brindar un acompañamiento externo, para dirigir los equipos de trabajo hacia las soluciones a los problemas organizacionales” (Universidad Nacional de Colombia, 2020).

Finalmente se puede inferir que los perfiles ocupacionales de maestría MBA o maestrías afines se relacionan dado a que la mayoría está enfocada en la formación complementaria de los profesionales en un ámbito internacional y multicultural, siendo este un factor relevante por el gran flujo de estudiantes internacionales en estas IES. Además, el componente de innovación, también es tenido en cuenta dado a los cambios que deben atravesar las empresas, por esto es importante que se brinden las herramientas para poder desarrollar habilidades que mejoren la competitividad de los profesionales en un mundo cada vez más competitivo y exigente.

### **Perfil Ocupacional de Pregrado en IES de Países Francófonos**

A continuación se enuncian los perfiles ocupacionales de algunas de las IES analizadas dónde se encontró la información del perfil ocupacional.

Primero, la Universidad McGill, de Canadá menciona el siguiente perfil ocupacional para su programa de Administración: “Los graduados de Administración de hoy deben ser pensadores críticos a escala internacional para tomar decisiones perspicaces en múltiples disciplinas” (Universidad McGill, 2020) .

Segundo, la Universidad de Zürich en Suiza, argumenta que “Una licenciatura en Administración de Empresas abrirá una amplia gama de oportunidades laborales en diversas industrias para usted como especialista en negocios. Entre estos campos se encuentran la gestión financiera y de inversiones, el control, la organización empresarial, la gestión empresarial estratégica, la gestión de recursos humanos y el marketing. El conocimiento básico adquirido durante este programa también será valioso para los estudiantes que deseen establecer su propio

negocio. Al completar una licenciatura, también estará calificado para emprender más estudios a nivel de maestría” (Universidad de Zürich, 2020).

Tercero, la Escuela de Negocios EDHEC de Francia dice que “la licenciatura en Administración coloca a los estudiantes en el centro de un proceso de aprendizaje basado en el desempeño, la innovación, la diversidad y el liderazgo. Responde plenamente a los objetivos de desarrollo profesional y personal de los estudiantes garantizando que los estudiantes dominen los problemas necesarios para gestionar en un mundo globalizado” (EDHEC Business School, 2020).

Cuarto, la Universidad San Galo de Suiza manifiesta que la licenciatura en Administración “lo preparará para el trabajo práctico en la gestión de empresas privadas, públicas o sin fines de lucro, así como para estudios adicionales a nivel de maestría” (Universidad San Galo, 2020).

Quinto, la Escuela de Negocios John Molson en Canadá, manifiesta que “Un título de Administración abre muchas carreras profesionales, que incluyen: Administrador, Ejecutivo de cuentas, Gerente del hotel, Empresario y Gerente del servicio al cliente (John Molson Escuela de Negocios, 2020).

Sexto, la Universidad de París, menciona que el pregrado en Administración “debería permitir construir su futuro, Por ejemplo en recursos humanos, marketing, contabilidad, gestión de equipos, asesor de clientes en bancos o seguros” (Universidad de París, 2020).

Séptimo, la Universidad Ku Leuven de Bélgica dice que “Como graduado de la Licenciatura en Administración de Empresas, reúne una amplia gama de conocimientos que se pueden aplicar con éxito en una amplia gama de vacantes y sectores: bancos y compañías de seguros, el servicio civil, una de las instituciones europeas o en su propia empresa” (Universidad Ku Leuven, 2020).

En Colombia el perfil ocupacional de quien culmina el pregrado en Administración en la Universidad de los Andes dice que “los egresados tienen una formación integral, que les permite desempeñarse de forma autónoma y ética en diversos contextos. Son capaces de hacer uso crítico del conocimiento en Administración y otras disciplinas, con perspectiva local e internacional; y de trabajar efectivamente con otros, para la toma de decisiones que contribuyan al desarrollo sostenible e innovador de las organizaciones” (Universidad de los Andes, 2016).

Consecuentemente, el perfil ocupacional de quien culmina el pregrado en Administración de Empresas de la Universidad Nacional manifiesta que “El Administrador de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia es un ciudadano con formación en la gestión y las organizaciones, enfoque interdisciplinario e investigativo, capacidad analítica, liderazgo y visión holística, lo cual le permite comprender el contexto regional y global para contribuir a la consolidación del proyecto nación. Identifica problemas organizacionales, propone alternativas de solución con alto sentido ético, crítico y social que apoyen la toma de decisiones tácticas y estratégicas en las organizaciones” (Universidad Nacional de Colombia, 2017).

Finalmente, los perfiles ocupacionales de los profesionales en Administración de Empresas tienen en común que la mayoría, tienen en sus planes la formación de profesionales capaces de desempeñarse en cualquier tipo de empresa bien sea privada o pública en una escala internacional, siendo este un componente indispensable que contribuye en una mayor cantidad de oportunidades laborales. También es importante mencionar, que los Administradores son profesionales con pensamiento crítico, con habilidades y competencias en innovación para enfrentarse a un mundo globalizado, asimismo, están en la capacidad de crear su propia empresa, dado que el espíritu emprendedor se incentiva en la formación recibida en estos programas.

### **Requisitos de Grado en las IES de Países Francófonos para los MBA**

A continuación, se describen los requisitos de grado necesarios para obtener el título de MBA en 1 IES dado que la información es escasa ya que no se encontraron hallazgos en todas las instituciones analizadas.

En el caso del MBA en la Escuela Politécnica de Lausanne en Suiza. Los estudiantes deben obtener 120 créditos divididos en 90 créditos para los cursos y 30 créditos para la tesis de Maestría.

En el caso de Colombia, en la Universidad de los Andes no se detallan los requisitos de grado para la maestría MBA, tiempo parcial o completo, sin embargo en la Universidad Nacional sí se especifica que lo estudiantes deben desarrollar un trabajo de grado, o mejor conocido la tesis, además de aprobar los 56 créditos de la Maestría en Administración.

De acuerdo a lo anterior, se puede afirmar la importancia de que las universidades especifiquen los requisitos de grado en sus programas de formación en Maestrías, dado que de esta manera quienes decidan formarse en una de estas áreas pueda conocer con la debida antelación los componentes y así pueden decidir si poseen las competencias necesarias para aprobar un programa de estos, es decir, se debe especificar que las personas deben tener conocimientos y habilidades, por ejemplo en investigación para el desarrollo de una tesis que suele ser un requisito en las IES, o, especificar otras opciones de grado para quienes no cuenten con las habilidades y haya una amplia variedad de oportunidades.

### **Requisitos de grado en las IES de países francófonos para los programas de pregrado**

A continuación se encuentran los requisitos de grado necesarios para obtener el título de profesional en Administración de Empresas en las IES francófonas, de algunas instituciones que facilitaron la información en su página web.

Primero, la Universidad McGill de Canadá, manifiesta que principalmente se deben aprobar los créditos matriculados y el manejo del idioma inglés y francés, (no se especifica con detalle la información).

Segundo, La universidad de Zürich menciona que se deben Aprobar por encima de 4 los créditos académicos, (no se especifica con más detalle la información).

Tercero, la Escuela de Negocios EDHEC de Francia menciona que la inmersión internacional es obligatoria es decir la realización de movilidad a una de las universidades asociadas en el exterior o la realización de pasantía en una de las empresas asociadas.

Cuarto, la Universidad San Galo de Suiza, argumenta que se debe cumplir con un número básico de materias en inglés y alemán, El título BA HSG requiere completar 120 créditos ECTS, incluidos el año de evaluación (60 ECTS). ECTS significa Sistema Europeo de Transferencia de Crédito. Un punto de crédito equivale a 30 horas de trabajo en la Universidad de St. Gallen, incluidas conferencias, estudios independientes, proyectos semestrales y exámenes.

Quinto, la Escuela de Negocios John Molson en Canadá menciona que, se debe Cumplir con los créditos básicos y optativos en diferentes cursos complementarios incluyendo otras escuelas o dependencias académicas.

En el caso de Colombia en la Universidad de los Andes en el programa de pregrado en Administración tienen 3 requisitos de grado que son, primero, el requisito de idioma para el cual deben demostrar dominio de lectura en el idioma inglés además de demostrar el dominio de una segunda lengua extranjera entre las cuales están, el inglés, el portugués, el francés, alemán e

italiano y también aprobar un curso tomado en inglés dentro del programa, segundo tener al menos una experiencia internacional como intercambio académico, doble titulación, curso de verano, completar 5 niveles de un idioma que no sea español o inglés o realizar pasantía internacional en el extranjero y tercero ser asistente de un profesor investigador o trabajar en su propio trabajo de investigación o, tomar 4 cursos de la maestría de investigación de Administración validadas como dos electivas obligatorias del programa (Universidad de los Andes, 2020).

Consecuentemente, en la Universidad Nacional es requisito de grado para el pregrado en Administración de Empresas la presentación de las pruebas de estado Saber Pro, además optar por una de las opciones de grado que son cinco: 1) monografía, 2) pasantía, 3) exámenes preparatorios, 4) emprendimiento y 5) cursos de posgrado. En cualquier caso el trabajo de grado es valorado como una asignatura que debe ser cursada en condiciones muy particulares, especialmente al final del proceso formativo del estudiante, una vez se certifique que haber alcanzado la aprobación de 150 créditos, lo que representa haber avanzado en el 90% del plan de estudios (Universidad Nacional de Colombia, 2020).

En consecuencia, se puede señalar que los requisitos de grado de las IES francófonas tienen en común que claramente se deben aprobar los créditos académicos, asimismo, cursar y aprobar materias en lengua extranjera como inglés y alemán, estos requisitos son muy importantes e interesantes porque demuestran el carácter internacional que les están brindando a los estudiantes y pronto graduados para su enfrentamiento a un mundo globalizado, puesto que no es suficiente el manejo de su lengua materna, las universidades tienen claro que las habilidades lingüísticas son clave para una mejor inserción en el mercado laboral, incluso en Colombia, el dominio de otras lenguas es relevante especialmente el inglés.

**Doctorados**

Al realizar la búsqueda de información y recolectar datos respecto a Doctorados, no se encontró información específica o detallada, sin embargo fue evidente que todas las instituciones contaban con estos programas (algunas con una cantidad considerable de doctorados) pero no era visible en todas el número total de estos. No obstante, se encontró que la Escuela Politécnica Federal de Lausanne de Suiza oferta 21 doctorados en diferentes áreas de conocimiento. En adición se puede decir que no se especifica pero que hay IES que cuentan con más de 150, 200 y 600 programas de pregrado, maestrías y doctorados.

En Colombia, la Universidad de los Andes cuenta actualmente con 17 doctorados en diversas áreas de conocimiento mientras que la Universidad Nacional seccional Bogotá cuenta con 38 doctorados.

Pese a que los datos de los doctorados no eran muy específicos, era notorio la amplia diversidad de opciones doctorales disponibles, en varias universidades no solo contaban con un amplio portafolio de doctorados sino también de posdoctorados, lo que demuestra que el mundo es cada vez más exigente con la comunidad académica y esta se debe adaptar para satisfacer estas necesidades, dado a que es necesario seguirse formando en un entorno tan cambiante como el actual.

**Número de Docentes y Estudiantes de las IES de Países Francófonos**

Respecto a los docentes, los hallazgos se presentan a continuación, (cabe agregar que de algunas IES no se hallaron datos).

La Escuela Politécnica Federal de Lausanne cuenta con 347 docentes y 11,449 estudiantes, la Universidad McGill cuenta con 1700 docentes y 41000 estudiantes, la Escuela de Negocios



HEC de París cuenta con más de 160 docentes y 2000 estudiantes que viven en el campus, La Universidad de Zürich cuenta con 540 docentes de planta y 30000 estudiantes, la Universidad de Laval cuenta con 2205 entre profesores y personal de investigación y 26978 estudiantes, la Escuela de Negocios ESSEC cuenta con 162 docentes y 5319 estudiantes, la Escuela de Negocios IMD cuenta con más de 350 docentes pero se desconoce el número de estudiantes, la Universidad San Galo cuenta con 550 docentes de planta pero se desconoce el número de estudiantes, la Escuela de Negocios Vlerick cuenta con 17000 estudiantes, no se conoce el total de docentes, la Universidad de París cuenta con 7.500 docentes, docentes-investigadores, ingenieros, técnicos, bibliotecarios, sociales y sanitarios y se desconoce el total de estudiantes, la Universidad Grenoble Alpes cuenta con 5500 docentes e investigadores y 60000 estudiantes, la Universidad Ku Leuven cuenta con 56000 estudiantes.

En Colombia, la Universidad de los Andes cuenta con 1786 docentes de planta y cátedra y 18671 estudiantes, por otro lado la Universidad Nacional cuenta con 2916 docentes de planta y 50000 estudiantes en las 9 sedes del país.

Las cifras anteriormente enunciadas, son muy relevantes ya que muestran primero la capacidad instalada para brindar educación a un determinado grupo de personas, además entre más altas estas cifras más grande es la IES, de lo anterior se puede observar que las IES cuentan con un amplio número de personas que hacen parte de la comunidad universitaria, lo que demuestra su solidez, su calidad, su reconocimiento y fuerte posicionamiento.

### **Investigación de las IES de Países Francófonos**

Respecto a investigación se evidenció lo siguiente:

✓ La Escuela Politécnica Federal de Lausanne tiene dos importantes institutos en los que se hace investigación: gestión de tecnología y finanzas y cuenta con publicaciones en revistas importantes a nivel internacional.

✓ La Universidad McGill cuenta con 5 centros de investigación de diferentes áreas de estudio.

✓ La Escuela de Negocios HEC de París tiene toda una facultad destinada a investigación, la Facultad de investigación HEC.

✓ La Universidad de Zürich cuenta con un centro de competencia, investigación médica, ciencia abierta y un centro de innovación y emprendimiento.

✓ La Universidad de Laval tiene más de 275 centros, cátedras, institutos y otros grupos de investigación.

✓ La Escuela de Negocios ESSEC cuenta con un centro de Investigación ESSEC, En total, más de 120 profesores de investigación y 70 estudiantes del programa de doctorado se benefician del apoyo del personal dedicado a apoyar actividades de investigación.

✓ La Escuela de negocios EDHEC dentro de su comunidad académica cuenta con profesores e investigadores permanentes, así como profesores afiliados y asociados de investigación, distribuidos en los campus de Lille, Niza, París, Singapur y Londres. Esta facultad es fundamental para la reputación y el crecimiento de EDHEC a escala nacional e internacional. La investigación se centra en la innovación para estimular el espíritu empresarial y la creatividad. El 25% de los recursos de la institución se destinan a investigación

✓ La Escuela de Negocios IMD tiene más de 75 expertos que investigan en diferentes gamas de temas (Profesores honrados por The Case Center entre los 40 autores de casos más vendidos 2018/19).

✓ La Universidad San Galo tiene 31 institutos de investigación y es reconocida a nivel internacional por su calidad en investigación.

✓ La Escuela de Negocios Vlerik cuenta con 12 centros de investigación.

✓ La Escuela de negocios John Molson es atractiva para promover la investigación colaborativa e impactante a través de una cultura de comunidades de investigación que apoyan contribuciones intelectuales rigurosas y significativas con centros e iniciativas de investigación de alto nivel.

✓ La Universidad de París tiene grandes científicos, en sus filas: dos premios Nobel, un premio Crafoord, una medalla Fields, un premio Holberg, entre otros numerosos premios. Asimismo 5 centros nacionales y más de 70 miembros del Institut Universitaire de France. Es una universidad que se caracteriza por su alto nivel investigativo en un ámbito científico, cuenta con un amplio número de laboratorios y centros de investigación incluidos 5 centros internacionales para investigación en ciencias puras.

✓ La Universidad Grenoble Alpes es uno de los ecosistemas de investigación más dinámicos de Francia. El sitio universitario de Grenoble es reconocido por su excelencia científica y tecnológica, así como por su potencial de innovación. Obtuvo la etiqueta de "Iniciativa de excelencia", reservada para una docena de centros universitarios en Francia.

✓ La Universidad Ku Leuven cuenta con varias áreas de investigación, sin embargo en la investigación de la Facultad de Economía y Empresa existe una amplia gama de campos de investigación de vanguardia: contabilidad, finanzas y seguros; economía, ciencias de la decisión y gestión de la información; gestión, estrategia e innovación; marketing, sostenibilidad; trabajo y organización de estudios.

✓ La Universidad de Montreal/Escuela de negocios HEC, Montreal, la universidad como tal cuenta anualmente con 12.4 millones de dólares invertidos en investigación y tiene 58 unidades de investigación.

En Colombia, la Universidad de los Andes cuenta con 158 grupos de investigación categorizados en amplias áreas del conocimiento así, 45 en la categoría A1, 41 en la categoría A, 22 en la categoría B, 37 en la categoría C y 12 reconocidos. Cuenta con más de 20 mil citas registradas en ISI Web Knowledge (Universidad de los Andes, 2020).

Por su parte, la Universidad Nacional ocupa el primer lugar en producción científica nacional, de acuerdo con el ranking institucional de investigación SCImago (SIR IBER 2013), este propósito es impulsado por los 931 grupos de investigación con que cuenta la Universidad, de los cuales 487 están categorizados en Colciencias; y por el Sistema Nacional de Laboratorios, que cuenta con 606 laboratorios en siete sedes, de los cuales 9 están acreditados o en proceso de acreditación. Además de ser la Universidad de país con el mayor número de maestrías y doctorados (Universidad Nacional de Colombia, 2020).

La información anteriormente disponible es de gran importancia, puesto que la investigación en las IES es un elemento que marca la pauta en la calidad de estas instituciones, como se pudo observar, todas las instituciones tienen algo importante que mencionar frente al tema, algunas cuentan con institutos especializados, laboratorios y recursos económicos

disponibles para trabajar en la solución de necesidades de comunidades tanto locales como para trabajar en problemáticas internacionales. Son millones de dólares los que se destinan en investigación en la mayoría de IES, obteniendo grandes resultados, amplia gama de publicaciones científicas y alta exigencia en este ámbito.

La investigación es importante porque permite a los investigadores desarrollar habilidades para trabajar por productos buscan darle una solución adecuada a una determinada población. En Francia, Canadá y Suiza, la investigación que más tiene impacto es la enfocada en la ciencia y la salud, siendo este el principal enfoque de muchas universidades. Sin embargo, en cuanto a la investigación relacionada más con la Administración son también significativos los resultados de investigaciones con enfoques mucho más de las ciencias sociales o del emprendimiento como tal.

### **Internacionalización de las IES de Países Francófonos**

A continuación se presentan las IES de países francófonos con algunos de los datos más importantes en cuanto a internacionalización.

- ✓ En la Escuela Politécnica Federal de Lausanne la internacionalización es clave en la formación, EPFL cuenta con asociaciones clave que permite más de 150 intercambios internacionales y acuerdos de doble titulación.
- ✓ En la Escuela de Negocios HEC de París el 80% de los estudiantes son extranjeros.
- ✓ En La Universidad de Laval casi el 50% de las publicaciones de investigación incluyen a 1 investigador extranjero.
- ✓ En la Escuela de Negocios ESSEC Inmersión internacional de 6 meses es obligatoria, basada en particular en sus 170 socios universitarios internacionales.

✓ La Escuela de negocios EDHEC cuenta con más de 140 socios académicos en el mundo,

2 cursos impartidos íntegramente en inglés y 1/3 de estudiantes son internacionales.

✓ La Escuela de Negocios IMD cuenta con más de 40 nacionalidades que contribuyen en una formación global, esta escuela tiene un enfoque claro orientado a generar un ambiente internacional.

✓ En la Universidad San Galo el 50% de los profesores son extranjeros.

✓ En la Escuela de Negocios Vlerik hay 21 nacionalidades en un salón de clase promedio y 28 idiomas hablados.

✓ La Escuela de negocios John Molson cuenta con estudiantes de 150 países que energizan su campus, el 15% de los estudiantes son internacionales.

✓ La Universidad de París incentiva la movilidad internacional por medio del programa ERASMUS por el cual los estudiantes pueden estudiar en Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Hungría, Grecia, Islandia, Italia, Lituania, Noruega, Países Bajos, Polonia, Portugal, Eslovaquia, República Checa, Reino Unido, Suecia. En el marco de los programas de intercambio bilateral: Suiza, Estados Unidos, Canadá, Argentina, China, Brasil.

✓ La Universidad Grenoble Alpes cuenta con 189 nacionalidades diferentes en el campus, 20 idiomas enseñados, más de 780 universidades asociadas en 85 países y 1100 estudiantes se van cada año como parte de los programas de intercambio Erasmus.

✓ La Universidad Ku Leuven oferta programas en español, inglés, francés, neerlandés.

✓ En La Universidad de Montreal/Escuela de negocios HEC, hay estudiantes de 142 países y el 70% de los graduados han realizado movilidad internacional.

En Colombia, en la Universidad de los Andes para el año 2019 381 de sus estudiantes realizaron movilidad académica en sus programas de intercambio, donde el 50% de sus estudiantes eligió como destino Francia, Alemania y España. Además, recibió 435 internacionales siendo Francia, Alemania y México los países con mayor presencia.

Por su parte, la Universidad Nacional cuenta con 34 universidades socias, mantiene conexiones con 125 países del mundo a partir de convenios, proyectos de investigación y extensión (que permiten la movilidad académica de profesores, investigadores y estudiantes) y coautorías de artículos en bases de datos como ISI y Scopus (7.551 artículos registrados). Adicional a esto, dispone de 11 patentes vigentes. Actualmente forma a 183 extranjeros en sus programas de pregrado y posgrado. De igual forma, 363 nacionales viajaron recientemente a otras naciones para adelantar investigaciones, pasantías y cursar asignaturas. Ofrece a sus estudiantes y a la comunidad en general 535 cursos de inglés, mandarín, alemán, francés, italiano, portugués y farsi, entre otros.

La internacionalización cada día es más importante en las IES, tanto así que muchas de estas instituciones ofertan becas para atraer talento humano de otros países para que accedan a educación allí, el componente internacional es indispensable ya que genera un ambiente valioso en cultura, en lenguaje y en diferentes puntos de vista. Tener la oportunidad de vivir una experiencia internacional amplía la visión y percepción del mundo de quien la vive, lo enriquece no solo profesionalmente, sino personalmente, permite mejorar las relaciones interpersonales, comprender otros contextos y nutrirse cada día de diferentes formas. Además de que una universidad con alto flujo de estudiantes o atracción de docentes extranjeros, genera mayor reconocimiento y posicionamiento.

Por último, los principales resultados del presente capítulo son la referencia de países francófonos como Francia, Canadá, Suiza y Bélgica para detallar IES relacionadas con el programa de Administración de Empresas, puesto que según el ranking QS World University 2020 allí se ubica una cantidad significativa de las mejores IES a nivel global, para ello se tomó 8 Universidades y 7 Escuelas de Negocios, donde el 53% son públicas y el 47% son privadas. Asimismo, de las universidades el 75% de los programas analizados fueron de pregrado y el 25% de maestría, mientras que en las Escuelas de Negocios el 57% fueron de maestría y el 43% de pregrado, cabe agregar que se tomó únicamente a la maestría en Administración, MBA para los dos tipos de instituciones.

Entre los hallazgos más importantes se encuentran que estas universidad y escuelas de negocios se categorizan entre las mejores del mundo por sus labores en investigación de carácter científico de alto impacto y sus respectivas publicaciones en revistas internacionales, además, estas instituciones tienen un enfoque internacional significativo, dado que el número de docentes y estudiantes internacionales es amplio al igual que las lenguas habladas en las IES, esto con la finalidad de generar un entorno rico multicultural, propiciando una visión amplia vista desde diferentes perspectivas, sin embargo las principales lenguas necesarias para el proceso educativo son el francés, el inglés y en algunos casos el alemán, siendo estos requisitos indispensables para los estudiantes no locales que deseen desplazarse a complementar o iniciar sus estudios superiores.

### **Capítulo 3. Desarrollo Empresarial de Países Francófonos que Permiten la Inserción**

#### **Laboral del Administrador de Empresas Tomasino**



El objetivo del presente capítulo es realizar una explicación aproximada del desarrollo empresarial de países francófonos que permiten la inserción laboral del Administrador de Empresas tomasino, abordado desde un análisis a partir de la clasificación del *ranking Brands Finance global 500, del 2020*, publicado el primer mes del año mencionado; El cual clasifica las empresas o marcas mejor valoradas en el mundo. Este ranking internacional tiene en cuenta los criterios de la norma internacional ISO 10668 en el que se exponen los elementos para la valoración de marcas a nivel mundial y se seleccionó como base para el desarrollo de este capítulo puesto que aglomera las empresas o sus marcas más importantes en todo el mundo, dando una noción de sus sectores y/o las actividades económicas más destacadas de cada uno.

Para esto, se escogieron en orden ascendente 16 empresas de los países francófonos que se encontraron en los primeros lugares, siendo Francia, Suiza y Canadá los principales.

El ranking Brands Finance es un ranking internacional que cuenta con algunas modalidades que varían desde clasificar las marcas por sectores económicos o por tamaño de la población analizada, en este caso, se tomó el ranking Brands Finance de las 500 marcas más avaluadas del 2020 de todos los sectores económicos en el primer trimestre de dicho año.

Brand Finance calcula el valor de la marca utilizando la metodología Royalty Relief que determina el valor que una empresa estaría dispuesta a pagar para licenciar su marca como si no fuera suya. Este enfoque implica estimar los ingresos futuros atribuibles a una marca y calcular una tasa de regalías que se cobraría por el uso de la marca (BrandFinance, 2020). Se detallan los pasos de esta metodología a continuación.

1. Calcular la fortaleza de la marca en una escala de 0 a 100 utilizando un cuadro de mando integral de varios atributos relevantes, como la conexión emocional, el desempeño financiero y la

sostenibilidad, entre otros. Este puntaje se conoce como el índice de fuerza de la marca (BrandFinance, 2020).

2. Determinar el rango de tasa de regalías para los respectivos sectores de la marca. Esto se realiza mediante la revisión de acuerdos de licencia comparables obtenidos de la extensa base de datos de acuerdos de licencia de Brand Finance y otras bases de datos en línea (BrandFinance, 2020).

3. Calcular la tasa de regalías. El puntaje de fortaleza de la marca se aplica al rango de tasa de regalías para llegar a una tasa de regalías. Por ejemplo, si el rango de tasa de regalías en el sector de una marca es de 0-5% y una marca tiene un puntaje de fuerza de la marca de 80 de 100, entonces una tasa de regalías apropiada para el uso de esta marca en el sector dado será del 4% (BrandFinance, 2020) .

4. Determinar los ingresos específicos de la marca estimando una proporción de los ingresos de la empresa matriz atribuible a cada marca específica y sector industrial (BrandFinance, 2020).

5. Determinar los ingresos específicos de marca pronosticados utilizando una función de ingresos históricos, pronósticos de analistas de capital y tasas de crecimiento económico (BrandFinance, 2020).

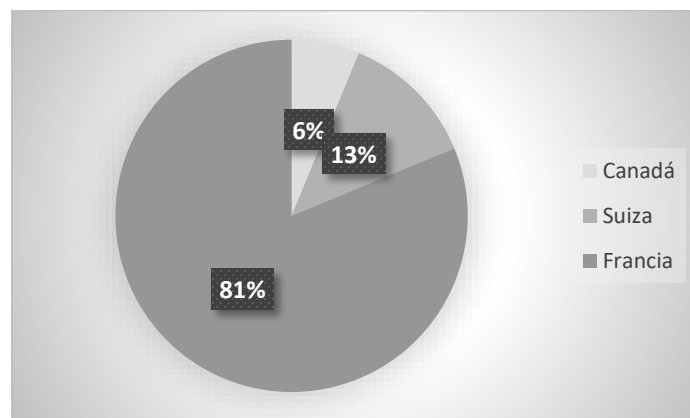
6. Aplicar la tasa de regalías a los ingresos previstos para obtener el cargo de regalías implícito por el uso de la marca (BrandFinance, 2020).

7. Las regalías previstas se descuentan después de impuestos a un valor presente neto que representa el valor actual de los ingresos futuros atribuibles al activo de la marca (BrandFinance, 2020).

Del ranking se extrajeron la razón social de las empresas, la clasificación y los sectores, posteriormente, se realizó una búsqueda de información a partir de cada sitio web oficial de las empresas para conocer información más amplia y detallada de sus operaciones, objeto social, estructura orgánica, productos y/o servicios, número de empleados, sellos y certificaciones y cobertura, organizados en una ficha de recolección de datos.

La anterior información se presenta con detalle a continuación, donde se visualizan gráficas con análisis cuantitativo, cualitativo e información de fuentes secundarias.

**Figura 21.** Países francófonos donde se encuentran las principales empresas.



En la figura 41 se muestran los países francófonos dónde se encuentran las principales empresas de estos. El país con el mayor número de empresas clasificadas en el ranking Brand Finance es Francia con el 81%, seguido de Suiza con un 13% y finalmente Canadá con el 6%.

Como se ha mencionado en el desarrollo de este proyecto, son bastantes los países francófonos. No obstante, al hablar de los que tienen mayor representación en el impacto de sus empresas en el mundo son principalmente Francia, seguido de Suiza y Canadá. Se puede observar y concluir que Francia no sólo es uno de los países con mayor flujo de turistas en el mundo, sino

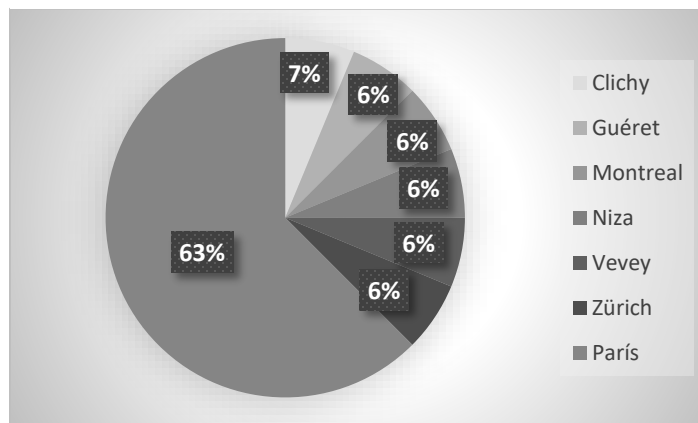
también un país con empresas que posicionan sus marcas a nivel internacional, compitiendo con otras grandes naciones de primer mundo. Por su parte Suiza, pese a ser un pequeño país europeo, también se caracteriza y se reconoce como un país que oferta productos de la más alta calidad al igual que Canadá, que además se ha caracterizado por tener una amplia atracción de talento humano del extranjero para apoyar la mano de obra de sus empresas.

En la actualidad, al hablar de desarrollo empresarial o emprendimiento, es importante mencionar que las nuevas tecnologías han cambiado la manera en la que se componen las empresas y la forma de consumir de los ciudadanos. Es por esto que Francia, se intenta posicionar como líder en cuanto a emprendimiento y creación de startups, (empresa en su edad temprana que espera su crecimiento a partir del uso de tecnologías) gracias a las políticas llevadas a cabo por el gobierno francés que entiende que el crecimiento económico y social va ligado a la digitalización (ICEX , 2017). Este crecimiento de startups se da gracias a la fuerte infraestructura tecnológica de este país, además, Las empresas francesas cuentan con una gran reputación en sectores como el bioquímico, Fintech o los objetos conectados. Estos sectores punteros en las economías avanzadas les permiten tener un mayor reconocimiento internacional (ICEX , 2017).

Por su parte, Suiza en los últimos años se ha posicionado como el país o uno de los países más innovadores del mundo determinado por el índice mundial de innovación, dado a la gran inversión en Investigación y Desarrollo, este índice se ha convertido en un indicador fundamental para líderes empresariales y responsables mundiales, tiene en cuenta la innovación como motor del crecimiento económico y la prosperidad. El estudio evalúa cinco pilares fundamentales: 1) Instituciones, 2) capital humano e investigación, 3) infraestructura, 4) desarrollo de los mercados y 5) desarrollo empresarial. Así mismo, el subíndice de innovación refleja resultados en los apartados de 6) tecnología y 7) creatividad (BBVA, 2017).

Finalmente, Canadá gracias a sus políticas gubernamentales es considerado como uno de los países más transparentes en el mundo, llegando a cifras cercanas a cero en temas de corrupción, esto es favorable para el sector empresarial por ser visto además como un país en el cual invertir, para el año 2018 se estimaba un crecimiento económico del 2,3% y la cifra fue superada con un 3%, de igual manera es un país con una flexibilidad laboral dadas sus políticas de inmigración que permite un flujo constante y continuo de inmigrantes, sus sectores más importantes son la automoción y autopartes; infraestructuras de transporte sanitario, servicios urbanos y smart cities (ICEX, 2018).

**Figura 22.** Ciudades dónde se encuentran las principales empresas



En la figura 42 se muestran las ciudades francófonas dónde se encuentran las sedes principales de las empresas. La ciudad con el mayor número de empresas clasificadas es París con el 63% de ellas, le sigue Clichy con el 7% y finalmente están las ciudades Guéret, Montreal, Niza, Vevey y Zürich cada una con el 6%.

Dado que el principal país con el mayor número de empresas es Francia, es evidente que a su vez la capital francesa sea la sede principal de más de la mitad de las empresas tenidas en cuenta

en esta clasificación. París es una ciudad que se destaca por ser una de las ciudades más turísticas en el mundo, pero como se puede observar, es también una ciudad con gran auge empresarial, destacada y conocida principalmente por el comercio. Se le reconoce por ser la casa matriz de la mayoría de las empresas más grandes de Francia. Las sedes principales de las empresas más representativas de los diferentes países suelen estar ubicadas en las capitales al ser esta el centro principal para la realización de negocios y por la inversión y crecimiento notorios en las capitales. Sin embargo, hay otras ciudades que apoyan el crecimiento y desarrollo empresarial de sus países.

A Francia llegan alrededor de 130.000 personas al año buscando insertarse en el mercado laboral Francés de forma legal, donde la mayoría tienen la noción de radicarse por lo menos por un tiempo considerable, es por eso que en los últimos años la reforma laboral de este país a presentado modificaciones a fin de mejorar la situación de los migrantes y refugiados extranjeros (VANGUARDIA, 2018). En Francia tienen derecho de trabajar todos los ciudadanos franceses y ciudadanos pertenecientes a la unión europea sin necesidad de un permiso especial de trabajo. En el caso de los extranjeros no pertenecientes a la Unión Europea pueden trabajar en Francia siempre y cuando cuenten con una carta de estadia que les permita trabajar o porque han obtenido una autorización de trabajo. Para buscar empleo en Francia el Consulado colombiano sugiere motores de búsqueda como Monster Francia ([www.monster.fr](http://www.monster.fr)) o Indeed Francia ([www.indeed.fr](http://www.indeed.fr)) y para específicamente la ciudad de París, la Alcaldía de la ciudad del amor cuenta con la página web “París emplois” ([www.paris-emplois.paris.fr](http://www.paris-emplois.paris.fr)), la cual es una base de datos de personas que demandan y ofertan empleos en esta ciudad. Asimismo se puede optar por buscar acompañamiento profesional en instituciones oficiales como (<https://www.pole-emploi.fr/accueil/>) la cual ayuda a personas titulares con carta de residencia mínimo de 10 años, sin embargo también está

(<https://missionlocaledeparis.fr/>) la cual ayuda a cualquier joven entre los 16 y 26 años, con residencia estable en el territorio francés (Cancillería consulado de Colombia en Barcelona, 2019).

Para optar por un empleo en la ciudad Suiza de Zurich, para los no locales es importante tener en cuenta que si se es ciudadano de la Unión europea, no hay ningún inconveniente, sin embargo según Expact.com la búsqueda de empleo en Suiza suele ser larga y difícil para los no ciudadanos de la UE dado a que las empresas deben pasar por una gran cantidad de trámites además de que hay cuotas anuales que lo restringen. Las industrias más representativas con una cantidad significativa de trabajadores extranjeros tanto de la UE como de otros países son la bancaria, la tecnológica y creativa, de igual modo la industria de tecnología está creciendo notoriamente, Cada vez más empresas de tecnología están estableciendo sus oficinas centrales en Zúrich como sede suiza o incluso europea. Por ejemplo, Google tiene una oficina en Zúrich y contrata talentos de TI de todo el mundo. En 2016, los puestos de trabajo en la industria de TI en el cantón de Zúrich representaban el 5,3% de la economía general en Zúrich (EXPACT, 2020).

La tasa de desempleo en Suiza se caracteriza por su estacionalidad, debido al aumento de oportunidades laborales durante la temporada de invierno. Sin embargo, la tasa de desempleo general en Suiza es muy baja. La industria bancaria en Zúrich, por ejemplo, es amplia y tiene vacantes continuamente. La industria de TI también tiene un índice de rotación bastante alta en general, porque los empleados en la industria suelen ser móviles y no se quedan en un mismo lugar por mucho tiempo. En Zúrich, también encontrarás trabajos temporales, especialmente en invierno, cuando hay una gran demanda de empleados a corto plazo en hoteles, estaciones de esquí y mercados de temporada (EXPACT, 2020).

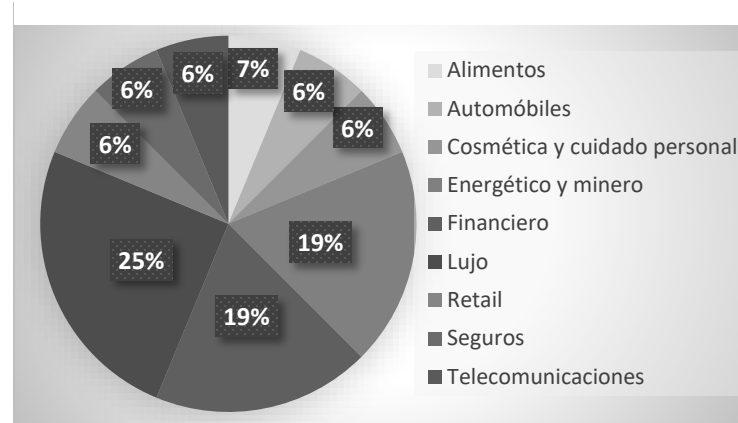
Canadá tiene una baja tasa de desempleo y excelentes oportunidades laborales donde inmigrantes calificados pueden encontrar el éxito profesional y avanzar en su carrera. Canadá

tiene una economía fuerte y le fue bien en la recesión económica; Ha liderado el crecimiento económico de todos los países del G-7 entre 2003 y 2012, y tiene el segundo nivel de vida más alto del G-20, medido por el PIB per cápita. Los niveles de empleo son altos y la baja tasa de inflación anual significa que se puede disfrutar de un bajo costo de vida. Canadá es un gran lugar para iniciar un negocio de cualquier tamaño. Ya sea para emprender o traer una empresa mediana o grande a este país, dado que cuenta con una economía sólida, impuestos y costos comerciales bajos, además de ser líderes en investigación e innovación (Gobierno de Canadá, 2017).

De igual modo la ciudad francófona de Quebec maneja su propio sistema de inmigración de acuerdo con el Acuerdo Canadá-Quebec relativo a la inmigración y la admisión temporal de extranjeros, dando la bienvenida a unos 50.000 inmigrantes cada año. La provincia es responsable de la inmigración a la provincia La provincia acepta a los recién llegados y ofrece servicios para ayudarlos a formar parte de la sociedad de Quebec. Y atracción de talento o mano de obra calificada. Para inmigrar a esta provincia canadiense en plan laboral es importante el conocimiento del francés, de igual modo hay ofertas lingüísticas de este idioma en este lugar; Quebec tiene una economía sólida basada en trabajadores especializados, recursos naturales y su capacidad para adaptarse a los cambios económicos (Gobierno de Canadá, 2017)



**Figura 23.** Sectores de las empresas francófonas analizadas.



En la gráfica 43 se detallan los principales sectores económicos de las empresas analizadas, donde el sector del lujo tiene el mayor porcentaje con el 25%, le siguen los sectores Financiero y Energético minero con 19% cada uno, posteriormente está el sector de alimentos con el 7% y los sectores automotriz, cosmética y cuidado personal, retail, seguros y telecomunicaciones representa cada uno el 6%.

Francia es reconocida a nivel internacional por tener de las mejores empresas del sector del lujo, se podría decir que esta industria es la más representativa de este país y por la cual se le otorga a Francia el reconocimiento de sus marcas de lujo que van desde prendas de vestir, perfumes y accesorios.

De igual modo, los servicios energético Minero y financiero también se destacan en el caso del primero por la alta investigación y desarrollo que se ha trabajado a lo largo de la historia en mejorar, en buscar alternativas sostenibles que suplan a la población de energía, pese a los altos costos de inversión en I+D, Las empresas de este ranking y del sector energético-minero, se destacan por la diversificación de sus productos o servicios que brindan energía. Por su parte, el sector financiero es uno de los más sólidos ya que poseen bancos con presencia no solo en cada

país de origen sino hay algunos, en este caso los más significativos, que llegan a otros países a ofrecer sus servicios bien sea directamente o por medio de filiales u alianzas con otras entidades financieras que les permiten robustecer su la industria.

Por un lado, el sector del lujo se ha encontrado liderado por Francia en los últimos años, en diferentes categorías como marroquinería, perfumes, cosmética, etc. Este sector ha sido considerado como productos hermosos, elegantes e inaccesibles reservados para una clientela específica capaz de pagar una gran suma para adquirirlos. Aunque todavía está reservado para audiencias adineradas, ya no es el dominio exclusivo de los más ricos. Por el contrario, a lo largo de estas últimas décadas, ya veces incluso mucho antes, en Europa en particular, el lujo se ha "democratizado". Y si así ha podido conquistar nuevos mercados es porque ha logrado realizar una gran metamorfosis: pasar de un modo de producción artesanal a un mundo industrial. Una transformación realizada por primera vez en Francia (Matas, 2019).

Además de desarrollar métodos de producción industrial, los gigantes del lujo también están apostando por fusiones y adquisiciones para fortalecerse, con el fin de crear sinergias para diversificar sus carteras de negocios y así mostrar más resiliencia en caso de desaceleración en un mercado en particular. Un ejemplo de ello es el líder mundial, el francés LVMH. Mientras que en la década de 1990 todavía había una multitud de marcas independientes, LVMH realizó no menos de nueve adquisiciones solo en 1999, incluidos los relojeros y joyeros Tag Heuer, Zenith y Ebel (Les Échos). Hoy en día, las marcas más fuertes pertenecen todas a grandes grupos como LVMH, que solo tiene setenta (Matas, 2019).

El lujo ha demostrado ser más que resistente frente a las condiciones económicas, si bien muchos sectores se estancaron o incluso retrocedieron como consecuencia de la crisis financiera de 2008, los artículos de lujo continuaron mostrando resultados positivos. Desde 2010, el sector

ha registrado solo una caída (-0,4%) en 2016, principalmente debido a la desaceleración de China. Pero se recuperó rápidamente. En 2018, el mercado global de artículos de lujo se estimó entre 276 y 281 mil millones de euros, un fuerte aumento en comparación con 2017. Un mercado significativo, por tanto, en el que Francia encabeza el ranking. El lujo es una de las principales fortalezas del país en el juego del comercio mundial. Este dominio también se encuentra en los mercados financieros (Matas, 2019)

El lujo representa 165.000 puestos de trabajo; si engloba a toda la industria de la moda, debe haber más de 600.000 empleos directos y 1.000.000 indirectos en Francia (Matas, 2019).

De una parte, Suiza es uno de los centros financieros más grandes y competitivos del mundo. Una cuarta parte del patrimonio mundial transfronterizo se gestiona en Suiza, lo que explica la gran cantidad de bancos y compañías de seguros allí. Dos ciudades suizas, Ginebra y Zúrich, tienen influencia internacional, seguidas de Lugano, el tercer centro financiero más grande de Suiza. El sector financiero es un pilar de la economía suiza y representa alrededor del 10% del producto interno bruto (Consejo federal Suizo, 2019).

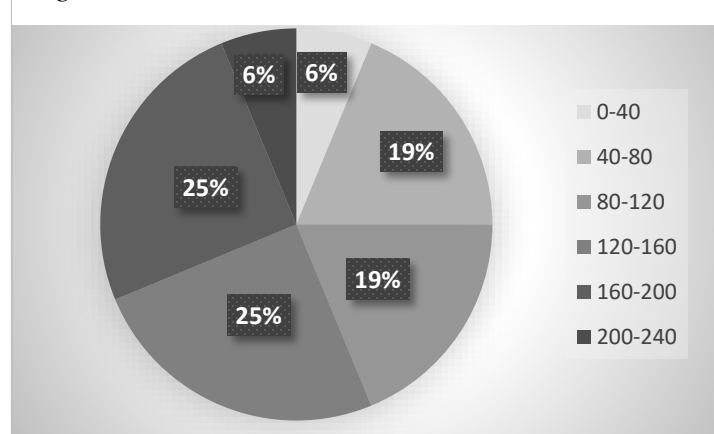
La importancia del sector financiero también es evidente en términos del número de sus empleados: alrededor de 218.000 (en equivalentes a tiempo completo) en 2018. Por lo tanto, casi el 5,3% de la población activa suiza trabaja en el sector financiero, incluyendo dos tercios (144.000 personas) en bancos (SwissBanking, 2019).

De otra parte, la industria de minerales y metales es un importante generador de riqueza y empleo para los canadienses. En 2016, contribuyó directa o indirectamente con \$ 87 mil millones, o el 3%, al producto interno bruto de Canadá. En el mismo año, proporcionó 596.000 puestos de

trabajo (403.000 empleos directos) en regiones urbanas, rurales y remotas del país. Esto incluye aproximadamente a 11.000 trabajadores indígenas, lo que la convierte en la industria con la mayor proporción de mano de obra indígena en el sector privado. Los trabajos mineros son trabajos bien remunerados. En 2016, la compensación total por trabajo en la industria de la minería y las canteras fue de \$ 115,174, casi el doble del promedio canadiense de toda la industria de \$ 59,903. Asimismo, el sector de minerales invirtió \$ 13,2 mil millones en nueva construcción de capital y en maquinaria y equipo, lo que representa el 6% de la inversión total de capital no residencial en Canadá. Dos tercios de esta cantidad (\$ 8.8 mil millones) se destinaron a la minería y la explotación de canteras. Aproximadamente un tercio (\$ 3,2 mil millones), se destinó a industrias de procesamiento de minerales "posteriores", incluida la fabricación de metales primarios, la fabricación de productos metálicos fabricados y la fabricación de productos minerales no metálicos. En Quebec, se encuentra la industria minera más diversificada de Canadá, que incluye productos como mineral de hierro, zinc, oro y diamantes. (MinesCanada, 2016).

De igual modo, Canadá, líder en generación eléctrica, produce su energía en una de las maneras más limpias y competitivas del mundo. Genera 2/3 de su electricidad de fuentes renovables y sus soluciones de eficiencia energética contribuyeron con el ahorro de 85 millones de toneladas de carbono y \$38 mil millones de dólares (entre 2009 y 2014). 87% de las compañías canadienses de energía limpia exportan sus soluciones, entre las cuales se encuentran: Generación limpia, Medición avanzada, Redes inteligentes, Eficiencia energética, Almacenamiento de energía, Micro redes remotas (entre otras) (Cámara colombiana de la energía, s.f.).

**Figura 24.** Años en el sector de las empresas por rangos



La figura 44, muestra los años en el sector de las empresas por rangos de 40 en 40 con el fin de conocer la antigüedad de las empresas. De un lado se observa que un 25% de las empresas llevan entre 160 y 200 años de operaciones, de otro lado un 25% lleva entre 120 y 160 años de operaciones; le sigue un 19% entre 80 y 120 años. Posteriormente otro 19% está entre 40 y 80 años finalmente hay un 6% de empresas que llevan entre 200 y 240 años y otro 6% llevan de 0 a 40 años.

La permanencia de las empresas en el sector es importante tenerla en cuenta puesto que sustenta la solides de estas empresas al sostenerse en el tiempo. Dado que es sabido que las empresas día a día deben preveer los cambios, aceptarlos y adaptarse a fin de garantizar su existencia y ser sostenibles, no solo rentables sino también proyectarse a que sus operaciones en un futuro sigan dando resultados positivos. Entonces, es evidente que las empresas francófonas de este ranking, cuentan con una gran trayectoria del tiempo puesto que se puede notar que un cuarto de ellas llevan operando más de 160 años y siguen vigentes en un entorno día a día cambiante. Es muy interesante mencionar también que hay empresas que tienen menos 40 años y que actualmente

se posicionan entre las marcas más evaluadas en el mundo, lo cual se traduce en que son empresas que han tenido un crecimiento bastante diciente.

De acuerdo a lo anterior, es importante hacer un análisis de la inserción laboral en los sectores más representativos tomados en el presente proyecto dado que estas empresas son sostenibles en el mundo debido al talento humano que se esfuerza por hacer crecer cada una de ellas y de esta manera impactar de manera positiva en cada sector como es el caso del sector del lujo, uno de los más representativos de Francia.

Según Marc Pradal, presidente de UFIMH (Unión Francesa de Industrias del lujo y la Confección) en Francia, para el 2019 el sector del lujo generaba alrededor de 600 mil empleos directos y más de 1 millón de empleos indirectos, esto demuestra la fuerza del sector ya que además, el 40% de las exportaciones de Francia son de productos de lujo, estando más allá del sector de la aeronáutica para ejemplificar. Asimismo, Marc Pradal argumenta que este sector oferta anualmente 10 mil puestos de trabajo tanto en empresas pequeñas como en medianas y grandes, es por esto que como estrategia de reclutamiento se creó la plataforma “*Savoir pour faire*” (lo que se traduce al español como el “saber hacer”) para cubrir estas vacantes en las profesiones técnicas de la moda y el lujo, entre otras. Allí hay un conglomerado de 8 subsectores como: artes de mesa, joyería y orfebrería, Zapatería, costura y moda, cuero, relojería, artículos de cuero y textil (DemainTV, 2019)

En Francia, y en la mayoría de países, es indispensable la experiencia laboral de quienes desean adquirir un empleo, es por esto que en el sector del lujo, según Sabine Salats, fundadora y directora de la firma de contratación “*Sabine Salats Conseil*”, el primer paso para los jóvenes que se quieren iniciar en este sector es buscar la realización de sus prácticas o pasantías en alguna empresa del sector, ya que ella afirma que las pasantías permiten ganar experiencia y es el

comienzo para desarrollar una red, Sabine argumenta que las pasantías son una forma de destacar y acumular habilidades que posteriormente se deben demostrar para la consecución de un empleo (Robert, 2016).

En el sector financiero francés hay una lista de cargos para optar por un empleo, se puede encontrar demanda de cargos como director financiero, tesorero, gerente de contabilidad, consolidador, administrador de crédito, jefe de comunicación financiera, director de gestión, consultor de finanzas funcionales... (FED FINANCE, 2019). El sector financiero es un actor importante en el mercado laboral con más de 42,300 contrataciones en 2018, es uno de los principales empleadores del sector privado en Francia. Es un sector que ofrece empleos sostenibles y calificados. Hoy el perfil laboral está en plena transformación. Por lo tanto, existe una tendencia hacia una mayor especialización, particularmente en las profesiones de cumplimiento y TI. La formación y la integración profesional, la igualdad de género, el diálogo social son temas en los que intervienen los bancos (Federación bancaria francesa, 2019).

En el sector energético se incluyen actividades de sectores como la energía nuclear, petróleo, electricidad, gas, energías renovables... Según el Ministerio de Economía, Desarrollo Sostenible y Energía, el sector económico energético incluye la producción local (51%) y la importación (49%) de energías primarias, su transformación en energías secundarias. y el transporte y distribución de energía al consumidor final. En el territorio francés existen cerca de 3.000 empresas especializadas en la producción y distribución de energía en todas sus formas. Además de las multinacionales conocidas por todos, muchas pymes / pymes han entrado en el sector, y más concretamente en el de las energías renovables (StepStone, 2017).

En Francia, el empleo en el sector energético es de 142.000 equivalentes a tiempo completo. A pesar de una situación general en medio de una crisis económica, la industria

energética continúa contratando masivamente, en particular los sectores de energías renovables, gas, petróleo y nuclear. Por ejemplo, EDF contrata alrededor de 6.000 personas por año, Total necesita alrededor de 350 ingenieros y se han planificado 1.700 nuevos puestos de trabajo en EDF (StepStone, 2017).

Hay cientos de oficios en el sector energético . I + D, estudios, ingeniería, ciencia, exploración, prospección, producción, operación, calidad, seguridad, mejora, medio ambiente, gestión de residuos, ventas, marketing, legal, etc. son todos los sectores del sector energético, que se caracteriza por una diversidad de oficios y carreras que ofrece. Si bien los perfiles técnicos son, con mucho, los más numerosos del sector, también se buscan vendedores, abogados y especialistas en informática (StepStone, 2017).

El sector financiero en Suiza incluye banca, seguros, contabilidad, informática y consultoría. Según el índice JobDirectory del portal financiero Finews este sector contrató de forma sostenida en el año 2015 cubriendo 4.430 puestos de trabajo en Suiza. El sector de las finanzas es uno de los pilares de la economía suiza, y el hecho de que las empresas de este sector contraten mucho es una excelente noticia para las empresas dado que hay personas fuera de suiza buscando empleo en ese país. Este sector ofrece una gran cantidad de ofertas, en diferentes oficios (StepStone, 2017).

Las necesidades de personal bancario en Suiza son muy importante solo los bancos han presentado un aumento en el número de plazas disponibles del 2018 al 2019 representando un aumento del 20%, lo que corresponde a más de 1.780 posiciones abiertas en bancos suizos . Los analistas explican este aumento por las restricciones regulatorias (" cumplimiento ") con países extranjeros, y en particular el intercambio automático de datos, así como las diversas disputas en



curso con Estados Unidos, así como la digitalización de los bancos, fundamental para el desarrollo de este último (Telerman, 2019).

En contabilidad, informática y consultoría, el aumento en el número de vacantes en comparación con el año anterior (2018) es de casi un 6%, con más de 1.530 puestos disponibles en toda Suiza (Telerman, 2019).

El área de seguros es el único sector financiero que registra una disminución en el número de puestos disponibles en Suiza, con una caída de casi un 8% en comparación con el año anterior (2018). El seguro todavía ofrece más de 1.100 puestos. Los analistas explican este descenso por el hecho de que el sector, a diferencia del banco, no ha finalizado su proceso de reducción de costes.

Credit Suisse y UBS ofrecen la mayor cantidad de oportunidades. Desde el punto de vista de las instituciones financieras, es lógico que Credit Suisse y UBS ofrezcan la mayor cantidad de oportunidades de empleo en el sector bancario en Suiza. El número de oportunidades es el siguiente:

Credit Suisse: casi 540 posiciones abiertas, más del 12% más que el año anterior

UBS: casi 380 puestos disponibles, un aumento de más del 14% en comparación con el año anterior (Telerman, 2019)

**Tabla 9.** *Clasificación mundial de las Empresas Francófonas con las marcas más evaluadas en el mundo según el ranking Brands Finance global 500, 2020.*

| <b>Razón Social</b> | <b>Posición en el ranking 2020</b> |
|---------------------|------------------------------------|
| Total               | 71                                 |
| Nestlé              | 81                                 |
| Orange              | 96                                 |
| Louis Vuitton       | 110                                |
| Axa                 | 111                                |
| Cartier             | 123                                |
| CHANEL              | 136                                |
| BNP Paribas         | 138                                |
| Hérmes              | 154                                |
| EDF                 | 155                                |
| L'Oreal             | 157                                |
| Engie               | 166                                |
| Renault             | 169                                |
| Sephora             | 170                                |
| BMO                 | 190                                |
| UBS                 | 202                                |

Nota: Adaptado de ranking Brands Finance global 500, 2020

En la tabla 9, se muestra la clasificación mundial de las Empresas Francófonas con las marcas más evaluadas en el mundo según el ranking Brands Finance global 500, 2020. Para esto se tomó en cuenta a 16 empresas que se encuentran en los primeros lugares. En la posición 71 se encuentra Total, esta empresa es del sector energético minero, especialistas en la explotación de petróleo y gas. Agrega valor por medio de sus refinerías y así además logra distribuir petroquímicos, también es la segunda compañía de energía solar más grande del mundo. En la posición 81 se encuentra Nestlé, esta es una empresa del sector de alimentos, son productores y distribuidores de alimentos y bebidas con 403 fábricas en 84 países. En la posición 96 se encuentra Orange, esta empresa es del sector de telecomunicaciones, Orange es el jugador de confianza que brinda a todos y cada uno las claves de un mundo digital responsable. En la posición 110 se

encuentra Louis Vuitton, esta empresa es del sector del lujo, su objeto social se resume en la fabricación y venta directa de productos de lujo. En la posición 111 se encuentra AXA, esta empresa es del sector seguros, su objeto social se enfoca en mejorar la vida protegiéndola lo mejor posible contra los peligros e incertidumbres que la marcan. Ofrece seguros para proteger la propiedad de forma natural, la salud y los activos financieros. Partiendo del cliente, sus expectativas y necesidades.

En la posición 123 se encuentra Cartier, esta empresa es del sector del lujo, se enfoca en mostrar sus productos de alta calidad a las personas de toda clase, que los haga ver elegantes, sofisticados y modernos. En la posición 136 se encuentra CHANEL, esta empresa es del sector del lujo, se dedica a la fabricación y venta directa de productos de lujo. En la posición 138 se encuentra BNP Paribas, esta empresa es del sector financiero, Ofrece servicios financieros seguros, eficientes e innovadores a individuos, empresas, instituciones y profesionales, mientras se esfuerzan por responder a las preocupaciones esenciales de hoy en día con respecto al medio ambiente, el desarrollo regional y la inclusión social. En la posición 154 se encuentra Hérmes, esta empresa es del sector del lujo, su objeto social es generar soluciones y servicios innovadores, contribuyendo a la evolución, eficacia y productividad de sus clientes, promoviendo el talento, la integridad y el trabajo en equipo, para ser un referente en su industria y en su comunidad. En la posición 155 se encuentra EDF, esta empresa es del sector energético minero, su objeto social es la producción, transporte, distribución, comercialización, venta de energía y servicios energéticos.

En la posición 157 se encuentra L'Oreal, esta empresa es del sector cosmética y cuidado personal, su objeto social se enfoca en acompañar a sus clientes en su belleza para su realización personal, de acuerdo con sus elecciones, sus deseos y sus propias reglas. En la posición 166 se

encuentra Engie, esta empresa es del sector energético minero, ENGIE es un grupo global líder en servicios y energía baja en carbono. Para responder a la emergencia climática, su ambición es convertirse en el líder mundial en la transición de carbono cero "como un servicio" para sus clientes, especialmente las empresas y las autoridades locales. En la posición 169 se encuentra Renault, esta empresa es del sector de automóviles, se dedica a la fabricación ensamble y venta de automóviles. En la posición 170 se encuentra Sephora, esta empresa es del sector retail, es líder en prestigio omni-retail, su propósito en Sephora es crear una atractiva experiencia de compra de belleza e inspirar valentía en su comunidad a través de su continua experiencia, innovación y espíritu emprendedor, Sephora alienta a sus clientes a explorar el universo de la belleza y el bienestar con un enfoque imparcial para el comercio minorista experimental. En la posición 190 se encuentra BMO, esta empresa es del sector financiero, su objeto social se resume en la prestación de servicios de banca personal y comercial, gestión de patrimonio e inversión y finalmente en la posición 202 se encuentra UBS, esta empresa es del sector financiero, brinda asesoramiento y soluciones financieras a clientes privados, institucionales y corporativos en todo el mundo.

Ahora bien, es importante detallar la variedad de productos y/o servicios que ofrecen estas empresas para conocer la diversificación de cada uno de sus portafolios.

Inicialmente, Total ofrece petróleo y derivados como lubricantes, diésel y gas, también ofrece servicios como energía solar y bioenergías como la energía eólica, seguido,

Nestlé ofrece más de 2000 marcas de alimentos y bebidas en el mundo, algunas marcas son mundiales y otras locales,

Por su parte, Orange es un grupo con filiales especializadas en diferentes áreas para tener una mayor cobertura de clientes, comercializa servicios de conectividad a individuos, empresas y

otros actores mayoristas (operadores nacionales e internacionales, acceso a internet y proveedores de contenido, etc.). Además ofrece también servicios de consultoría. Orange Business Services ofrece servicios de comunicación a empresas de todos los tamaños en Francia y en el extranjero. De igual modo ofrece infraestructura de TI Para empresas, servicios de voz, internet, móviles y de seguridad para operadores móviles, proveedores de servicios y proveedores de IP. Orange Marine es la filial experta del Grupo en el campo de las telecomunicaciones subacuáticas: ha instalado más de 160,000 kilómetros de cables submarinos de fibra óptica en todos los océanos. Ofrece también seguridad cibernética, Orange Healthcare pone su experiencia al servicio de los jugadores de atención médica para ayudarlos a liderar su transición digital al tiempo que respeta los requisitos de confiabilidad, confidencialidad y seguridad de los datos de atención médica. Orange proporciona respuestas innovadoras a las necesidades y expectativas de los pacientes y profesionales de la salud. Orange Studio ofrece herramientas de producción; OCS como vehículo emblemático para la transmisión de series y películas de todo el mundo. Orange Prestations TV, servicios de TV de múltiples territorios y Otras actividades: juegos, música, cultura, infoentretenimiento, realidad virtual, Esport.

Louis Vuitton, ofrece alta costura, calzado, marroquinería, perfumes, accesorios, relojería y joyería, accesorios de alta tecnología, accesorios para el hogar como muebles, mantas y decoración interior, libros y otros artículos de lujo.

Axa ofrece seguros vehiculares, de hogar, salud, ocio, ahorro y jubilación (seguro de vida, pensiones), así como servicios bancarios.

Cartier ofrece Joyería, relojes, artículos de cuero y accesorios, fragancias y regalos, entre otros productos de lujo. Chanel ofrece Alta costura, joyería, relojería, maquillaje y productos para el cuidado de la piel.

BNP Paribas Servicios financieros a mercados domésticos como créditos de consumo, cuentas de ahorro, hipotecas; servicios financieros internacionales y banca comparativa institucional.

Hérmes, se especializa en accesorios de cuero, pret-a-porter y relojes de lujo. Sin embargo ha diversificado su portafolio de productos incluyendo accesorios del hogar, perfumes, maquillaje, calzado, alta costura y pañuelos de seda entre otros productos de lujo.

EDF ofrece energía nuclear y energías renovables (hidráulica, solar, eólica y biomasa).

L'Oreal ofrece Maquillaje para: labios, ojos, cara, uñas; para cuidado de la piel: rostro, cuerpo y protector solar. Para el cabello: tinte, aclaración, cuidado del cabello, estilo, tipo de cabello y productos para hombre como: limpiador, shampoo, gel para ducha, desodorante. Entre otros productos.

Engie ofrece energías renovables, (eólica, solar, geotérmica, biogas, biomasa, hidrógenos verde, hidroelectricidad), energía nuclear, gas, entre otros.

El grupo Renault ofrece las siguientes marcas de automóviles: Renault, Dacia, Alpino, Renault Samsung motors, Lada. Sephora es un retail que posee 250 marcas y alrededor de 16.000 productos de belleza y cuidado de la piel, también perfumes, labiales, mascarillas, sombras, bases, exfoliantes, antienvjecimiento, cremas hidratantes, exfoliantes entre otros, ofrece también servicios asesoramiento en imagen, brindándole toda una experiencia enfocada en belleza a sus clientes.

BMO ofrece servicios bancarios orientados tanto a personas como a empresas, entre ellos cuentas bancarias, tarjeta de créditos, hipotecas, prestamos, inversiones, seguros de viajes, fondo de pensión, asesoramiento entre otros.

UBS ofrece cuentas bancarias, tarjetas de créditos, hipotecas, prestamos, inversiones, ahorro, fondo de pensión, asesoramiento entre otros.

**Tabla 10.** *Número de empleados por empresa.*

| <b>Razón Social</b> | <b>Número de Empleados</b> |
|---------------------|----------------------------|
| Total               | 100.000                    |
| Nestlé              | 300.000                    |
| Orange              | 57.000                     |
| Louis Vuitton       | No hay datos oficiales     |
| Axa                 | 157.000                    |
| Cartier             | No hay datos oficiales     |
| CHANEL              | No hay datos oficiales     |
| BNP Paribas         | 198.816                    |
| Hérmes              | 10.000                     |
| EDF                 | 164.727                    |
| L'Oreal             | 86000                      |
| Engie               | 160.000                    |
| Renault             | 179.565                    |
| Sephora             | No hay datos oficiales     |
| BMO                 | 46.000                     |
| UBS                 | 68.000                     |

Nota: Adaptado ficha de recolección de datos elaborada por el autor, 2020.

En la tabla 10, se muestra el número de empleados vinculados a cada empresa en el primer trimestre del 2020. A continuación se detallan los datos proporcionados de las páginas web oficiales de cada empresa y se complementa con información sobre sellos, certificaciones o reconocimientos que han recibido.

En primer lugar, Total cuenta con 100.000 empleados y se le reconoce su labor por estar en constante innovación de productos más sostenibles.

En segundo lugar, Nestlé cuenta con 300.000 empleados. Se le reconoce por la creación de valor para sus accionistas y la Compañía, creando valor en todos sus grupos de interés y las

comunidades en los países donde opera, incluidos los productores que los suministran, sus empleados y sus consumidores. Nestlé se asegura de que sus actividades cumplan con los criterios de sostenibilidad ecológica, equidad social y viabilidad económica. En Nestlé, se analiza la cadena de valor y se identifica el agua, el desarrollo rural y la nutrición como las áreas donde se tiene más impacto. Dependiendo de los productos algunos tienen sellos que garantizan la calidad de estos como el sello Kosher.

En tercer lugar, Orange tiene más de 57000 empleados en todas sus filiales, de esta empresa no se encontró información específica sobre sellos y certificaciones o reconocimientos.

En cuarto lugar, Axa cuenta con 157.000 empleados, en el año 2016 esta empresa recibió el premio a la mejor iniciativa empresarial en Francia por medio de la Fundación AXA por el proyecto "Desfibriladores Salvavidas" otorgado por el Consejo Español de Resucitación Cardiopulmonar (CERCP).

En quinto lugar, BNP Paribas cuenta con 198.816 empleados, de esta empresa no se especifica información sobre sellos, certificaciones o reconocimientos, sin embargo se reconoce como uno de los principales bancos en Suiza y parte de Europa.

En sexto lugar, Hérmes cuenta con más 10.000 empleados, Hérmes también es un líder en sostenibilidad y respeto al medio ambiente. Tiene el máximo respeto por el material natural que utiliza y trabaja en un entorno sostenible para la naturaleza. Además, sus bolsos se fabrican a mano y se tarda dieciséis horas en hacer uno, lo que significa que consumen muy poca energía. No producen mucho y mucha gente de la empresa repara productos.

En séptimo lugar, EDF cuenta con 164.727 empleados, esta empresa se reconoce porque no produce emisiones de CO2 en un 90%.



En octavo lugar, L'Oreal cuenta con 22.000 empleados formados en digital gracias al plan de competencias digitales, 63.584 personas en riesgo de exclusión social han obtenido acceso a un empleo, obteniendo en total más de 86.000 empleados, por su parte L'Oreal manifiesta que 79 % de sus productos lanzados en 2018 presentaron un perfil ambiental o social mejorado, -77 % en reducción de emisiones de CO2 en valor absoluto en plantas y centros de distribución desde 2005, -48 % en reducción del consumo de agua desde 2005, -37% en reducción de residuos desde 2005, 3A calificación de CPD por la reducción de emisiones de carbono, gestión sostenible del agua y protección de bosques. 88% de las marcas han evaluado su impacto ambiental o social, 83% de los proveedores estratégicos del Grupo han sido evaluados y seleccionados con respecto a su desempeño ambiental y social, el 96% de los empleados fijos del Grupo se benefician de una cobertura sanitaria en línea con las mejores prácticas de su país de residencia.

En noveno lugar, Engie cuenta con 160.000 empleados.

En décimo lugar, Renault cuenta con 179.565 empleados y tiene una gestión de la Calidad, bajo la norma ISO 9001-2000, Gestión Ambiental, bajo la norma ISO 14001 y Salud Ocupacional y Seguridad Industrial, bajo la norma NTC OHSAS 18001.

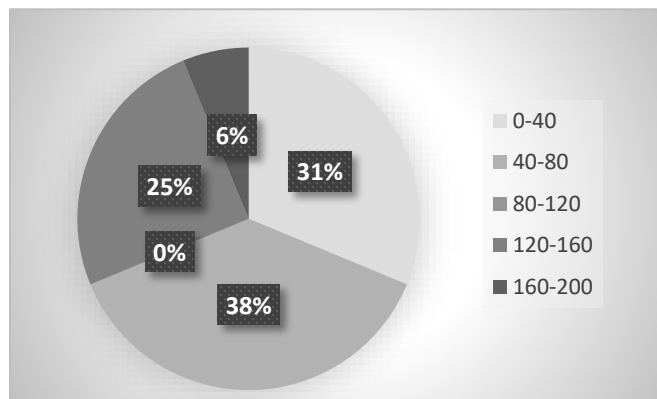
En undécimo lugar, BMO cuenta con más de 46.000 empleados, este banco recibió el premio iNOVA 2017. Los premios iNOVA reconocen la excelencia y la innovación en los sitios web corporativos. Además fue ganador en el año 2019 como el mejor banco online. BMO, también fue nombrada como una de las compañías más éticas del mundo por el Instituto Ethisphere por tercer año consecutivo, fue Seleccionado como Líder de Aprendizaje del Año por el Instituto de Aprendizaje y Desempeño (LPI), asimismo, BMO Financial Group ocupó el puesto n. ° 1 en JD Power 2020 Canadá, en el estudio de satisfacción de asesoramiento de banca minorista, de igual modo fue reconocido por CDP para Acción y Transparencia en Sostenibilidad Ambiental, también

ganó el Brandon Hall Gold Award por Excelencia en Desarrollo de Liderazgo, entre otros reconocimientos.

En doceavo lugar, UBS cuenta con 68.000 empleados.

Finalmente se observa que no se encontró información sobre número de empleados ni sellos, certificaciones o reconocimientos en la mayoría de empresas de Lujo como Louis Vuitton, Cartier y Chanel así como en el retail Sephora.

**Figura 25.** *Número de países en los que las empresas tienen presencia por rangos.*



En la figura 45, se puede observar el número de países en que las empresas tienen presencia donde el 38% de las empresas tienen presencia entre 40 a 80 países, seguido del 31% que tienen presencia entre 1 y 40 países, luego el 25% está entre 120-160 y finalmente el 6% tiene presencia entre 160 y 200 años.

La internacionalización de una empresa o marca es la meta que toda organización debe tener planeada bien sea a corto o largo plazo, de acuerdo a esto es evidente que todas las empresas tenidas en cuenta en este proyecto son de carácter internacional. Dado que se han internacionalizado en pro de llegar a otros mercados más allá del mercado local. De esta manera se puede decir que una empresa que tenga presencia en varios países es una empresa con una

solidez tanto financiera como de recurso humano, son empresas con visión y proyección. Estas empresas de los países francófonos no solo han llegado a otros países sino que se también se han ganado el reconocimiento algunas por el servicio, otras por sus productos y otras por ambas. Marcas como Louis Vuitton, Chanel, Cartier, Hermès, Renault son reconocidas alrededor del mundo como las mejores y sin duda Nestlé ha cautivado a gran parte del mundo por su compromiso en la nutrición y su aporte en valor a todos los grupos de interés.

Francia es el tercer inversor mundial con cerca de 700 decisiones anuales de inversión. Son más de 30000 empresas francesas las que están implantadas en los cinco continentes. Muchos grupos franceses son verdaderos líderes internacionales. En el sector de la energía, Total, EDF, GDF, Suez y Areva están implantados en todo el planeta, así como Orange o Bouygues en las telecomunicaciones. El grupo LVMH, con más de 3000 almacenes en el mundo, 85000 empleados y cerca de 30 mil millones de euros de ganancias, es uno de los primeros grupos internacionales en el sector del lujo. Marcas prestigiosas como L'Oréal en cosméticos, Danone en agroalimentario o Axa en seguros se encuentran entre las primeras 60 empresas del ranking Interband. La industria farmacéutica francesa es la primera en Europa y la 3a en el mundo con más de 110000 colaboradores repartidos en 100 países (France Alumni, 2020).

Por una parte, según Felipe Jaramillo presidente de pro Colombia para el año 2017, En Colombia había a la fecha 180 filiales francesas. Explicando que Francia es el primer empleador extranjero con más de 100.000 empleos directos en Colombia. Esas compañías facturan más de US\$15.000 millones. Las empresas francesas más grandes en Colombia son: Casino-Éxito, Renault-Sofasa, Sodexo, Veolia-Proactiva, Sanofi-Genfar, Pernod-Ricard, L'Oreal-Vogue, entre otras. Así como ya hay empresas instaladas hay empresas que están llegando a invertir en Colombia como Decathlon (tiendas deportivas), Urgo (laboratorio especializado en cicatrización

que adquirió Gerco), Natixis (banco de inversión que financia proyectos de infraestructura), Vinci (constructora que ganó el proyecto Bogota-Girardot), RCI Banque en el marco de una asociación con BBVA. Además, la cadena hotelera Accor tiene un ambicioso plan de desarrollo en Colombia con la apertura de varios hoteles en los próximos años (La Republica, 2020).

De las empresas mencionadas en el presente capítulo, se encuentra en el primer lugar en Colombia Renault Sofasa, una de las ensambladoras más importantes del país al tener concesionarios en 44 ciudades del país (Renault Sofasa, 2020). Además esta empresa tiene presencia en 4 países más de América Latina al contar con plantas en México, Brasil, Chile y Argentina, sumando alrededor de 9000 empleados en estos 5 países, incluyendo Colombia. (El Tiempo, 2020).

De otra parte, en México también se puede observar el interés de inversión que tiene Francia al fortalecer sus relaciones con este país latinoamericano, ya que son 74 las empresas instaladas en el país latinoamericano para el año 2017. Estas empresas se encuentran ubicadas principalmente en Baja California, Coahuila, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y Veracruz, donde se destaca que los sectores con más importancia son el aeronáutico, automotriz, salud y energías renovables; Además ocho de estas empresas figuraron en el ranking de las 500 empresas más importantes de este país elaborado por Expansión, las firmas de ese país con mayor relevancia en México, por su nivel de ventas, son: AXA Seguros, la empresa de autopartes Valeo, Schneider Electric, Danone, Sanofi, Saint-Gobain (una compañía de vidrios y envases), L'Oreal, Alcatel One Touch (un joint venture chino-francés) y la armadora Peugeot (Expansión, 2017).

En este orden de ideas, también se encontró que México y Francia tienen un convenio por medio del cual algunas empresas francesas prestan el servicio de capacitación a jóvenes que por falta de oportunidades no han podido estudiar o trabajar con el fin de prepararlos para incursionar

en el mercado laboral, las empresas francesas vinculadas para el 2019 fueron Airbus, Axon Câble, Capgemini, Décathlon, JC Decaux, Lacoste, Veolia, Saint Gobain, Téléperformance, Total, TSO NGE, Axa, BNP Cardiff, Danone, Expanscience, Ingenico, L'Oreal y Sanofi (Granados, 2019) demostrando no solo su compromiso con la actividad económica sino también su compromiso social.

Los principales resultados del presente capítulo son que se tomó como referencia al ranking Brands Finance Global 500 del 2020, el cual fue publicado en el primer mes de dicho año. En este ranking se encontraban las 500 marcas más avaluadas en todo el mundo, sin embargo se tomó en cuenta únicamente las marcas de las empresas de países francófonos siendo Francia el país con el mayor número en los primeros lugares en este segmento, seguido de Suiza y Canadá dado que se tuvo en cuenta 13 empresas francesas, 2 suizas y 1 canadiense. El listado de empresas según el orden en el ranking fue: Total, Nestlé, Orange, Louis Vuitton, Axa, Cartier, Chanel, BNP Paribas, Hermès, EDF, L'oreal, Engie, Renault, Sephora, BMO y UBS.

Asimismo, la ciudad con el mayor número de empresas clasificadas es París con el 63% de ellas, le sigue Clichy con el 7% y finalmente están las ciudades Guéret, Montreal, Niza, Vevey y Zürich cada una con el 6%. También se halló que los principales sectores económicos de las empresas analizadas, son el sector del lujo con una representación del 25% de las empresas, le siguen los sectores Financiero y Energético minero con 19% cada uno, posteriormente está el sector de alimentos con el 7% y los sectores automotriz, cosmética y cuidado personal, retail, seguros y telecomunicaciones representados cada uno con el 6%.

De igual modo se puede decir que las oportunidades laborales para extranjeros varían dependiendo del desarrollo y crecimiento de cada sector económico así como de las políticas migratorias de los países, ya que por ejemplo los ciudadanos de países miembros de la Unión

Europea tienen una mayor facilidad para trabajar en cualquier país miembro sin necesidad de Visado de trabajo, en el caso de ciudadanos de países no miembros a la UE deben llevar un proceso con la migración de cada país donde todas tienen en común que deben contar con algún tipo de Visa de trabajo o un permiso de trabajo solicitado por las empresas de países francófonos, en algunos de ellos les exigen los resultados de exámenes oficiales de francés o en el caso de Canadá, francés o inglés.

## 5. Conclusiones

La percepción de directivos, docentes y estudiantes respecto a la importancia del idioma francés en el Administrador de Empresas arrojó que el (85%) de estudiantes no han tenido la oportunidad de conocer el idioma francés, directivos, docentes y estudiantes están interesados en aprender el idioma, (92 y 90% respectivamente). De igual modo directivos, docentes y estudiantes argumentaron la importancia de que los educandos de Administración de Empresas realicen movilidad internacional a países Francófonos, teniendo en cuenta que el principal motivo para esto sería el del aprendizaje del idioma.

Consecuentemente, la mayoría de directivos, docentes y estudiantes consideran importante y muy 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 y muy importante, aunque hubo argumentos de que debería incluirse como una electiva u optativa junto con otros idiomas extranjeros. Cabe agregar que el idioma inglés fue seleccionado por todos (directivos, docentes y estudiantes) como el más importante, sin embargo más del 60% de estos encuestados están de acuerdo con que sería importante aprender una tercera lengua.

Países francófonos como Francia, Canadá, Suiza y Bélgica disponen de IES relacionadas con el programa de Administración de Empresas, en las 8 Universidades y 7 Escuelas de Negocios investigadas se evidenció que el 53% son públicas y el 47% son privadas. Asimismo, de las universidades el 75% de los programas analizados fueron de pregrado y el 25% de maestría, mientras que en las Escuelas de Negocios el 57% fueron de maestría y el 43% de pregrado, cabe agregar que se tomó únicamente a la maestría en Administración, MBA para los dos tipos de instituciones. Estas IES se categorizan entre las mejores del mundo por sus labores en investigación de carácter científico de alto impacto y sus respectivas publicaciones en revistas internacionales, además, estas instituciones tienen un enfoque internacional significativo, dado que el número de docentes y estudiantes internacionales es amplio al igual que las lenguas habladas en estas IES, esto con la finalidad de generar un entorno rico multicultural, propiciando una visión amplia vista desde diferentes perspectivas, allí se aplican estrategias de atracción de talento humano.

Las principales lenguas necesarias para el proceso educativo son el francés, el inglés y en algunos casos el alemán, siendo estos requisitos indispensables para los estudiantes no locales que deseen desplazarse a complementar o iniciar sus estudios superiores.

En países como Francia, Suiza y Canadá se encuentran 13 empresas francesas, 2 suizas y 1 canadiense. El listado de empresas según el orden en el ranking fue: Total, Nestlé, Orange, Louis Vuitton, Axa, Cartier, Chanel, BNP Paribas, Hermès, EDF, L'Oreal, Engie, Renault, Sephora, BMO y UBS.

Los principales sectores económicos de las empresas analizadas, son el sector del lujo con una representación del 25% de las empresas analizadas, le siguen los sectores Financiero y Energético minero con 19% cada uno, posteriormente está el sector de alimentos con el 7% y los

sectores automotriz, cosmética y cuidado personal, retail, seguros y telecomunicaciones representados cada uno con el 6%.

Las oportunidades laborales para extranjeros varían dependiendo del desarrollo y crecimiento de cada sector económico así como de las políticas migratorias de los países, ya que por ejemplo los ciudadanos de países miembros de la Unión Europea tienen una mayor facilidad para trabajar en cualquier país miembro, sin necesidad de Visa, en el caso de ciudadanos de países no miembros a la UE deben llevar un proceso con la migración de cada país donde todas tiene en común que deben contar con algún tipo de Visa de trabajo o un permiso de trabajo solicitado por las empresas de países francófonos, en algunos de ellos les exigen los resultados de exámenes oficiales del idioma francés o en el caso de Canadá, francés o inglés.

Finalmente, se tomó el francés como lengua objeto de estudio, pero se agrega que esto se puede desarrollar con cualquier otra lengua extranjera siempre teniendo una visión amplia y sin sesgarse al creer importante un solo idioma extranjero, ya que todos son importantes dependiendo de la perspectiva con la que se analice, los deseos y gustos de cada individuo, además si hay la oportunidad de aprender una tercera, cuarta o hasta quinta lengua extranjera es ganancia lingüística y personal para cada uno.

### Referencias

Alianza Francesa Bucaramanga. (2019). Alianza Francesa. Bucaramanga, Colombia.

Recuperado el 1 de Abril de 2019, 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, Á. (2011). LINEAMIENTOS PARA EL DISEÑO DE UN PERFIL DEL. 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>
- BBVA. (2017). Suiza, el país más innovador del 2017. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/suiza-pais-mas-innovador-2017/>
- 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). Historia del idioma francés. Recuperado el 1 de Abril de 2019, de <https://idiomasblendex.com/historia-del-idioma-frances/>
- BrandFinance. (2020). Metodología de Valoración de marca. Recuperado el 15 de enero de 2020, de <https://brandirectory.com/methodology>

- Calderón Hernández, G. y. (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*. Obtenido de Repositorio, Universidad de Zaragoza:  
<file:///C:/Users/Harol/Desktop/USTA/SEMILLERO/trabajo%20de%20grado%20francés.pdf>
- Cámara colombiana de la energía. (s.f.). El sector de la energía en Canadá. Obtenido de <https://www.ccenergia.org.co/el-sector-de-energia-en-canada-liderando-el-cambio-hacia-una-red-mas-inteligente/>
- Cancillería consulado de Colombia en Barcelona. (2019). Guía del inmigrante Colombiano en París. Obtenido de [https://paris.consulado.gov.co/sites/default/files/FOTOS2019/guia\\_inmigrante\\_colombiano\\_paris.pdf](https://paris.consulado.gov.co/sites/default/files/FOTOS2019/guia_inmigrante_colombiano_paris.pdf)
- Consejo federal Suizo. (2019). Centro financiero Suizo. Obtenido de <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/fr/home.html>
- Correcha, E. V. (2009). *Repositorio Universidad Libre de Colombia*. Obtenido de <file:///C:/Users/Harol/Desktop/USTA/SEMILLERO/INVESTIGACION-MAESTRIA.pdf>
- DemainTV. (2019). Moda y lujo franceses, influencia internacional. Obtenido de <https://www.demain.fr/accueil/regions/le-secteur-de-la-mode-et-du-luxe-recrute/>
- Durán, R. A. (2015). La Educación Virtual Universitaria como medio para mejorar las competencias genéricas y los aprendizajes a través de buenas prácticas docentes.

*Universidad Politécnica de Cataluña*. Recuperado el 11 de Marzo de 2020, de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/397710/TRADR1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

EDHEC Business School. (2020). Perfil ocupacional. Obtenido de <https://bba.edhec.edu/en>

Education First EF. (2019). Los cuatro idiomas más bonitos del mundo. Obtenido de <https://www.ef.com/cl/blog/language/los-cuatro-idiomas-mas-bonitos-del-mundo/>

El Tiempo. (2020). Renault anuncia despido de 15.000 trabajadores ¿le pegará a Colombia? Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/despidos-de-empleados-de-renault-a-nivel-mundial-tendra-efecto-en-colombia-501772>

Enciclopedia de Conceptos. (2019). Concepto de Enseñanza. Obtenido de <https://concepto.de/ensenanza/>

EPFL. (2020). Perfil ocupacional. Recuperado el 1 de febrero de 2020, de <https://www.epfl.ch/education/master/fr/programmes/management-technologie-et-entrepreneuriat/>

ESERP Business school. (2020). Importancia de los idiomas en la empresa. Obtenido de <https://es.eserp.com/articulos/idiomas-empresariales/>

ESSEC. (2020). Perfil ocupacional. Recuperado el 1 de febrero de 2020, de <https://www.essec.edu/en/mbas/>

EXPACT. (2020). El mercado laboral en Zurich. Obtenido de <https://www.expats.com/es/guia/europa/suiza/33932-el-mercado-laboral-en-zurich.html>

Expansión. (2017). Sólo ocho empresas francesas están en el ranking de #Expansión500.

Obtenido de <https://expansion.mx/empresas/2017/07/05/solo-ocho-empresas-francesas-estan-en-el-ranking-de-expansion500>

FED FINANCE. (2019). TRABAJAR EN FINANZAS CORPORATIVAS: UNA

AMPLIA VARIEDAD DE PROFESIONES. Obtenido de [fedfinance.fr/actualites/travailler-dans-la-finance-d-entreprise-un-large-choix-de-metiers](http://fedfinance.fr/actualites/travailler-dans-la-finance-d-entreprise-un-large-choix-de-metiers)

Federación bancaria francesa. (2019). Empleo en bancos. Obtenido de

<http://www.fbf.fr/fr/la-federation-bancaire-francaise/publications/memos-banque/l'emploi-dans-les-banques>

Fondation Alliance Française. (2019). Apprendre le français comme langue étrangère

(FLE). Recuperado el 1 de Abril de 2019, de Apprendre le français comme langue étrangère (FLE)

France Alumni. (2020). Empresas Francesas en el mundo. Obtenido de

<https://www.francealumni.fr/es/cargo/mexico/p%C3%A1gina/3171/empresas-francesas-en-el-mundo>

García, G. S. (Diciembre de 2015). *Respositorio Universidad de la Salle*. Obtenido de

[http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/20333/26101025\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/20333/26101025_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gardey, J. P. (2012). Definición de Aprendizaje. Obtenido de

<https://definicion.de/aprendizaje/>

Gobierno de Canadá. (2017). Elija Canadá. Obtenido de <https://www.canada.ca/en/immigration-refugees-citizenship/campaigns/choose-canada.html>

Gobierno de Canadá. (2017). Quebec. Obtenido de <https://www.canada.ca/en/immigration-refugees-citizenship/services/new-immigrants/learn-about-canada.html>

Granados, A. (2019). Empresas de origen francés en Mexico se suman al programa Jóvenes Construyendo el Futuro. *24 Horas*. Obtenido de <https://www.24horas.mx/2019/12/19/empresas-francesas-se-sumaran-a-jovenes-construyendo-el-futuro/>

Group Renault. (2020). Corporativo. Obtenido de <https://group.renault.com/groupe/nos-marques/>

ICEX . (2017). Ecosistema de las Startups Francia. *ICEX*. Recuperado el 20 de enero de 2020, de <https://www.google.com/search?q=desarrollo+empresarial+en+Francia&oq=desarrollo+empresarial+en+Francia&aqs=chrome..69i57j3315.8028j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#>

ICEX. (2018). Canadá. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/agenda/MIS2018790553.html?idPais=CA>

IMD Business School. (2020). Perfil ocupacional. Recuperado el 2 de febrero de 2020, de <https://www.imd.org/mba/one-year-mba-program/>

- John Molson Escuela de Negocios. (2020). Perfil ocupacional. Obtenido de <https://www.concordia.ca/jmsb/programs/undergraduate/bachelor.html>
- 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. Recuperado el 1 de Abril de 2019, de <https://www.france-pittoresque.com/spip.php?article5097>
- La Republica. (2020). Empresas francesas generan ingresos de US\$15.000 millones. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/empresas-francesas-generan-ingresos-de-us15000-millones-2465006#:~:text=Las%20empresas%20francesas%20m%C3%A1s%20grandes,O%C3%A9a%20Vogue%20entre%20otras>.
- Louis Vuitton. (2020). Louis Vuitton, Corporative. Obtenido de <https://www.louisvuitton.com/>
- Matas, J. (21 de noviembre de 2019). El lugar de Francia en la industria mundial del lujo. *Vie Publique*. Obtenido de <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/271898-la-place-de-la-france-dans-lindustrie-mondiale-du-luxe>
- Mineducación. (2015). Bases para una nación bilingüe y competitiva. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-97498.html>
- Mineducación. (2019). SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR - SNIES. Obtenido de

[https://www.mineduccion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articulos-213912\\_glosario.pdf](https://www.mineduccion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/articulos-213912_glosario.pdf)

Mineducación. (s.f.). Educación virtual o educación en línea. Recuperado el 11 de Marzo de 2020, de [https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-196492.html?\\_noredirect=1](https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-196492.html?_noredirect=1)

MinesCanada. (2016). Minería en Canadá. Obtenido de <https://www.minescanada.ca/en/content/mining-canada-0>

Ministerio de educación. (2005). Bases para una nación bilingüe y competitiva. Colombia: Altablero. Obtenido de <https://www.mineduccion.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>

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/#>

Perez, A. M. (2015). *Reposirotio 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 Ranking. (2019). QS Ranking de las mejores ciudades estudiantiles. Obtenido de <https://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/qs-best-student-cities/paris>

- QS TOPUNIVERSITIES. (2020). Metodología. Recuperado el 7 de Marzo de 2020, de <https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings/methodology>
- QS World University Rankings. (2018). QS Top Universities . Obtenido de <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2018>
- QSTOPUNIVERSITIES. (2020). QS World University Ranking. Obtenido de <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2020>
- 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](https://www.brandz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2019_WPP.pdf)
- Renault Sofasa. (2020). Sitio Web Oficial Renault Sofasa. Obtenido de <https://www.renault.com.co/renault-en-colombia/actividades-administracion.html>
- Robert, A.-L. (2016). Para encontrar un trabajo de lujo, pasa por el cuadro de prácticas. Obtenido de <https://www.letudiant.fr/metiers/pour-trouver-un-emploi-dans-le-luxe-passez-par-la-case-stages.html>
- 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](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/>



- StepStone. (2017). Empleo: el sector energético en Francia. Obtenido de <https://www.stepstone.fr/conseils-emploi/emploi-le-secteur-de-lenergie-en-france/>
- SwissBanking. (2019). El centro financiero suizo. Obtenido de <https://www.swissbanking.org/finanzplatz-in-zahlen/la-place-financiere-suisse/>
- Telerman, D. (2019). Más de 4.400 puestos disponibles en el sector financiero en Suiza. Obtenido de <https://www.travailler-en-suisse.ch/postes-vacants-finance.html>
- 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 Atónoma 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](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. Recuperado el Marzo de 2019, de [http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242662890885/contenidoFinal/Doble\\_Titulo\\_con\\_la\\_Universidad\\_Paris-Dauphine.htm](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. Recuperado el Marzo de 2019, 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-idiomias/>

- 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 los Andes. (2016). Perfil del egresado. Obtenido de <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/pregrados/administracion/informacion-general>
- Universidad de los Andes. (2020). Perfil del egresado. Recuperado el 10 de Marzo de 2020, de <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/mba/mba-tiempo-completo-parcial/informacion-general>
- Universidad de los Andes. (2020). Requisitos de grado. Obtenido de <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/pregrados/administracion/programa>
- Universidad de París. (2020). Perfil ocupacional. Obtenido de <https://u-paris.fr/en/universite-de-paris/>
- Universidad de Zaragoza. (2019). Plan de Estudios Administración y Dirección de Empresas. España. Recuperado el Marzo de 2019, de [https://estudios.unizar.es/estudio/asignatura?anyo\\_academico=2018&asignatura\\_id=24901&estudio\\_id=20180131&centro\\_id=301&plan\\_id\\_nk=454](https://estudios.unizar.es/estudio/asignatura?anyo_academico=2018&asignatura_id=24901&estudio_id=20180131&centro_id=301&plan_id_nk=454)
- Universidad de Zürich. (2020). Perfil ocupacional. Obtenido de <https://www.uzh.ch/cmsssl/en/about/management.html>
- Universidad Ku Leuven. (2020). Perfil ocupacional. Obtenido de <https://www.kuleuven.be/lang/espanol>
- Universidad McGill. (2020). Perfil ocupacional. Recuperado el 11 de marzo de 2020, de <https://www.mcgill.ca/gradapplicants/management-0>

- Universidad Nacional de Colombia. (2017). Perfil del egresado. Obtenido de <http://www.fce.unal.edu.co/administracion>
- Universidad Nacional de Colombia. (2020). Perfil egresado Maestría. Recuperado el 10 de marzo de 2020, de <http://www.fce.unal.edu.co/maestria-en-administracion/>
- Universidad Nacional de Colombia. (2020). Requisitos de grado. Obtenido de [http://www.pregrado.unal.edu.co/docs/pep/pep\\_2\\_4.pdf](http://www.pregrado.unal.edu.co/docs/pep/pep_2_4.pdf)
- Universidad San Galo. (2020). Perfil ocupacional. Obtenido de <https://www.unisg.ch/en/studium/bachelor/majorbetriebswirtschaftslehre>
- VANGUARDIA. (2018). París prepara medidas de integración laboral y lingüística para inmigrantes. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/20180219/44924989612/paris-prepara-medidas-de-integracion-laboral-y-linguistica-para-inmigrantes.html>
- Vlerick Business School. (2020). Perfil ocupacional. Recuperado el 5 de febrero de 2020, de <https://www.vlerick.com/en/programmes/mba-programmes/full-time-international-mba-programme>

**Apéndices**

**Apéndice A.** *Certificado ponente, en el segundo encuentro internacional de Investigación Universitaria, 2018.*



**Apéndice B. Certificado ponente. Congreso internacional de investigación Red Riaco, 2019.**

**Certifican que**  
**Luis Harol Quintana Triana**

Participaron como ponentes en el Congreso Internacional de Investigación Red RIACO 2019, VIII Encuentro de Investigadores y V Encuentro de Semilleros de Investigación "Innovación, Estrategia y Competitividad para el Desarrollo de las Regiones", con la comunicación:

**Percepción de docentes y directivos respecto a la importancia del aprendizaje del idioma francés en el programa de administración de Empresas**

Realizado en el campus de las Unidades Tecnológicas de Santander los días 17 y 18 de octubre de 2019

**Orlando Orduz Corredor**  
Decano de la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales - UTS



**Ariel Gómez Mantilla**  
Coordinador de la Red de Investigadores de Ascolfa Capítulo Oriente - RIACO

**Apéndice C. Certificado ponente. XI Congreso Internacional de Investigación UFPSO.**

Organiza:



Universidad Francisco de Paula Santander  
Ocaña, Colombia



**POLI**  
POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO  
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA

Apoya:



Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas



CIDER



**Rota**  
GRUPO DE INVESTIGACIÓN



GIDSE



ASCOLFA



REDFACONT  
Red Colombiana de Facultades de Contaduría Pública



ORGANIZACIONES SOLIDARIAS



GOBIERNO DE COLOMBIA

**Universidad Francisco de Paula Santander Seccional Ocaña y la  
Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano**

**Certifican que:**

**LUIS HAROL QUINTANA TRIANA**

---

CC N° 1.096.245.157

*Participó como Ponente*

**IX ENCUENTRO INTERNACIONAL DE  
INVESTIGACIÓN Y ESPÍRITU  
EMPRESARIAL**

---

"INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO, OPORTUNIDADES PARA TODOS"

**En la Universidad los días 28 al 30 de Octubre de 2020**

*Tema(s): IMPORTANCIA DEL FRANCÉS EN EL ADMINISTRADOR DE EMPRESAS DE LA USTA BUCARAMANGA.*




MARTA MILENA PEÑARANDA PEÑARANDA  
Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas



DEISY DE LA ROSA DAZA  
Decana de la Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad



Apéndice D. Póster Congreso de Investigación Alberto Magno




**VII Encuentro de Investigación**  
• Alberto Magno •

## Entreprises Francophones: une alternative pour l'administrateur d'entreprises


Información del semillero o grupo de investigación

Faculté d'Administration d'Entreprises USTA - École de langues UPTC  
Source Neuro-Innovateur  
Luis Harol Quintana Triana. Maître, Diana Astrid Buitrago Núñez & Nelson Hernán Fernández Cárdenas

Mission: Générer des produits de recherche permettant l'intégration d'espaces académiques, de projection sociale et de recherche sociale autor d'activités académiques, culturelles, sportives et récréatives.



Problema a resolver



Stabilité économique qui permet la creation et la projection d'entreprises.


Entreprises à titre international dans des pays francophones.

Engagement de talents humains internationaux, maîtrisant la langue française.

¿Comment encourager l'apprentissage de la langue française chez l'administrateur d'entreprise afin de profiter des opportunités d'emploi dans les pays francophones?

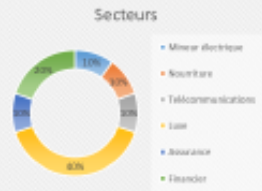
?

Metodología empleada



Resultados esperados

Secteurs







Image. Logos des marques les plus précieuses. Adapté de pinterest. 2018

Source: Auteurs, 2020

Principales referentes bibliográficos

- ✓ Benoit-Francois. (2020). Metodología de selección de marca. Recuperado el 18 de enero de 2020, de <https://www.researchgate.net/publication/354111111>
- ✓ Demichiel, (2018). Moda y lujo francófono, influencia internacional. Obtenido de <https://www.demichiel.it/asset/regions/francophonie-de-la-mode-et-du-luxes-roule/>
- ✓ IBEPK. (2020). La importancia de los idiomas en la empresa. Obtenido de <https://es.empresarios.com/ingles/idiomas-empresariales/>
- ✓ France. (2020). Empresas Francófonas en el mundo. Obtenido de <https://www.franceinter.fr/langue/multilingue/FRANCAIS-gra/157/les-entreprises-francophones-en-le-monde>
- ✓ La República. (2020). Empresas Francófonas generan ingresos de US\$ 10.000 millones. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/empresas-francophones-generan-ingresos-de-us10000-millones>



**Apéndice E.** *Artículo de investigación publicado en la revista Gestión y Desarrollo Libre.*

2

**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 hacemos entender, enriquecerse y jugar un papel decisivo en el desarrollo del país". Por lo tanto, en el caso de quienes apenas se están formando en esta área del conocimiento es de gran relevancia apropiar 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).



2

**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, apropiarse de 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 quienes apenas se están formando en esta área del conocimiento es de gran relevancia apropiarse de 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).

---

## 3

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 integralmente 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 programa 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).

## 4

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?

5

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

6

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.

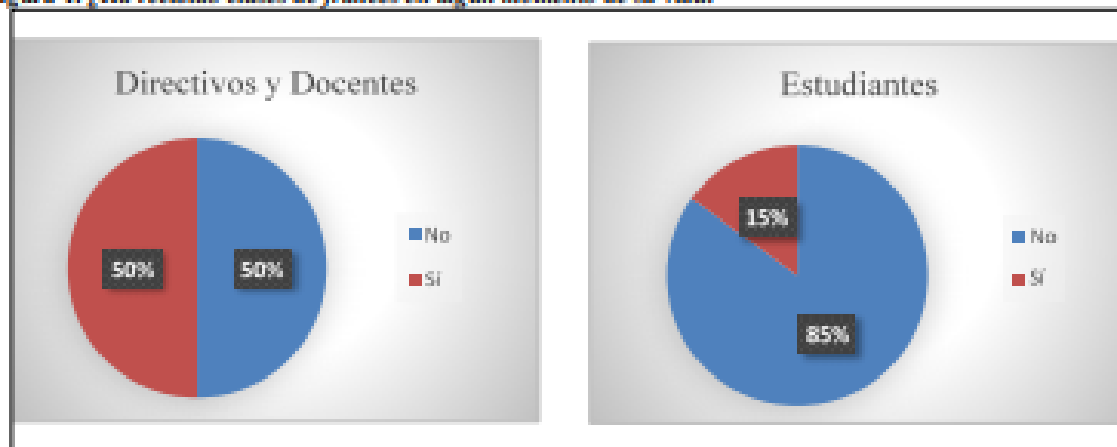
Actualmente, se encuentra presente en más de 140 países en el mundo, con cerca de 1040 centros; entre ellos, doce (12) Alianzas desarrollan esta misión actualmente en el país: Armenia, Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Medellín, Santa Marta, Manizales, Pereira, Popayán y Valledupar (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.

## 7

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 donde las relaciones en todos los ámbitos día a día crecen no solo con países angloparlantes.

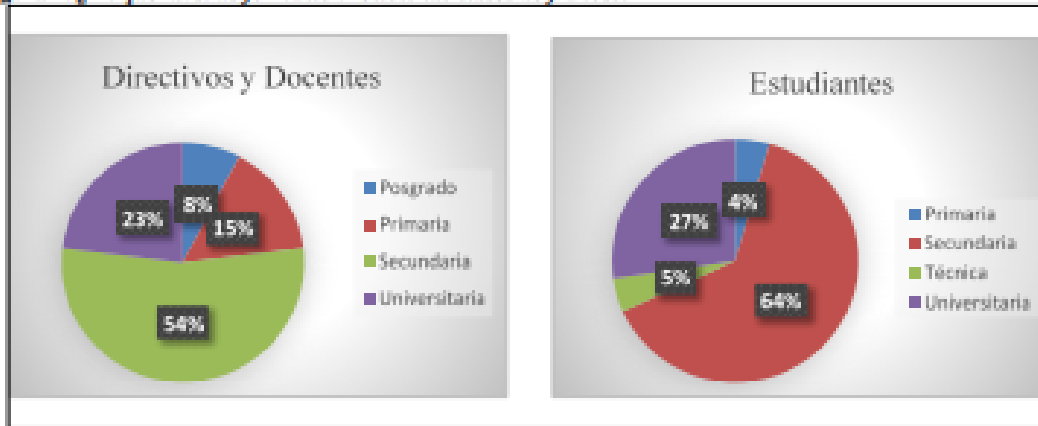
Así pues, con base en lo anterior, es importante mencionar que antes del fin de la Segunda Guerra Mundial el idioma internacional era el francés. Los libros académicos, las relaciones internacionales, estaban dominados por la lengua francesa. Había, además, una tendencia a aprenderlo y, en los colegios, 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.

8

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



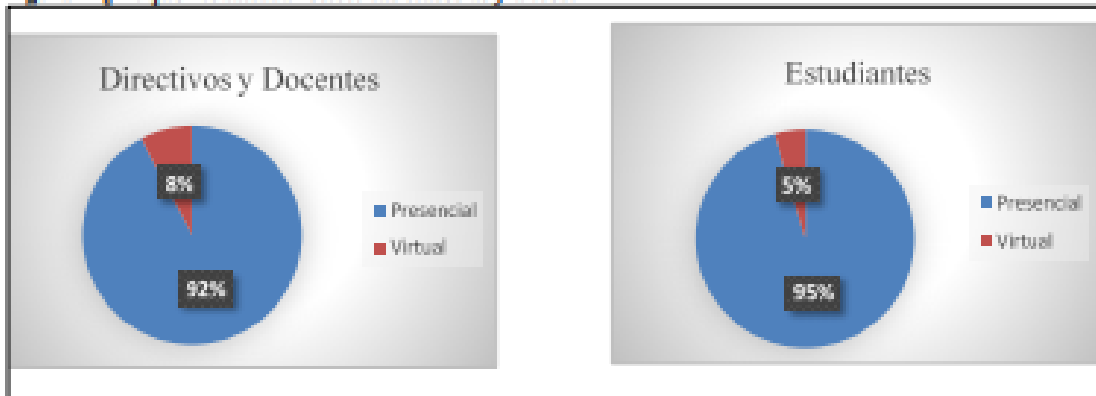
Fuente: Elaboración propia.

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.

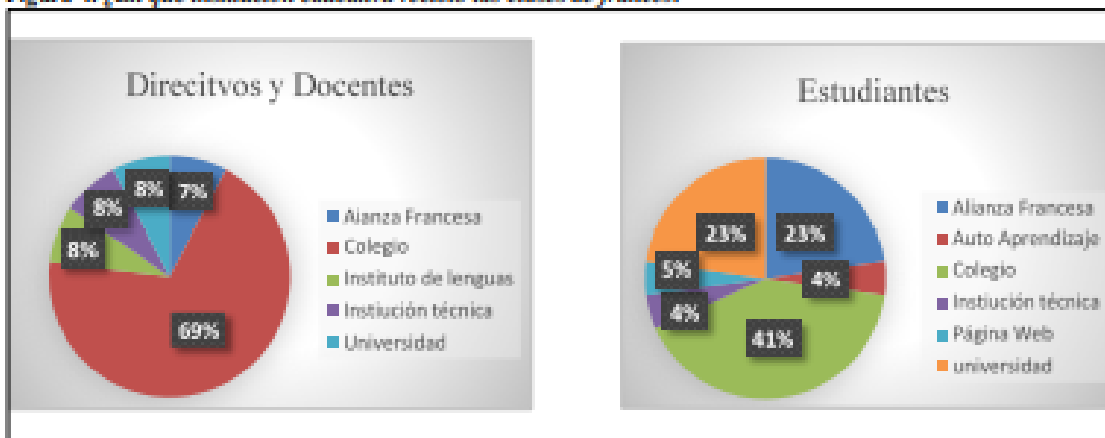
Figura 3. ¿En qué modalidad recibió las clases de francés?



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 un 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



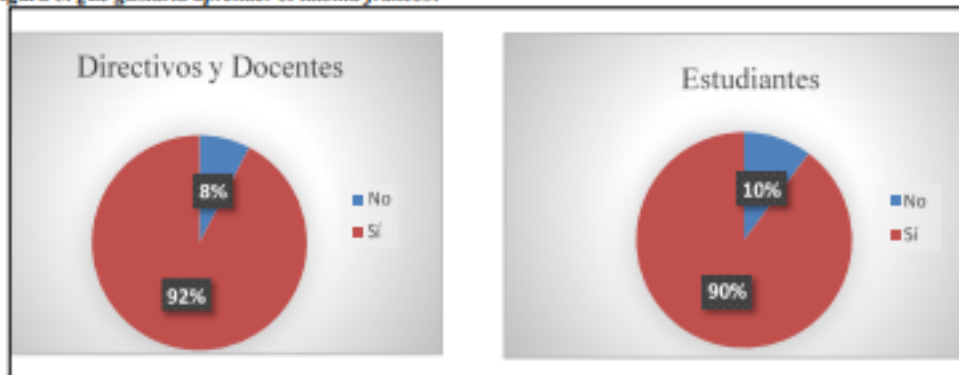
10

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

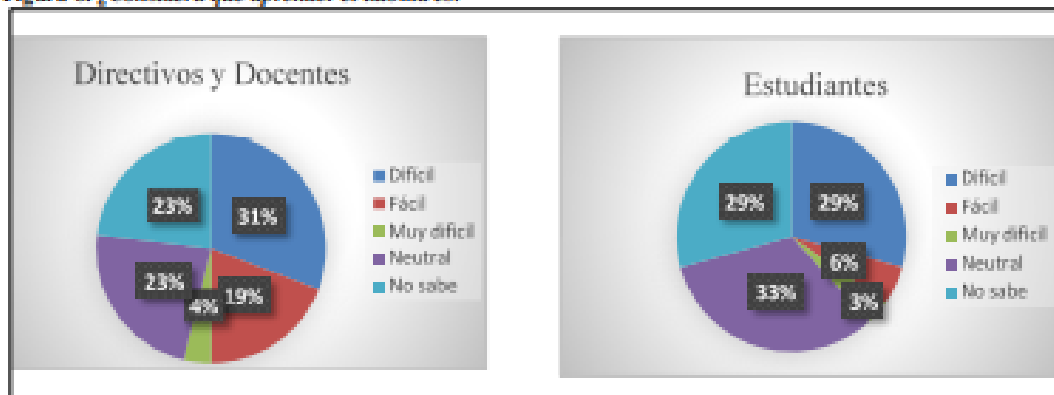
11

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

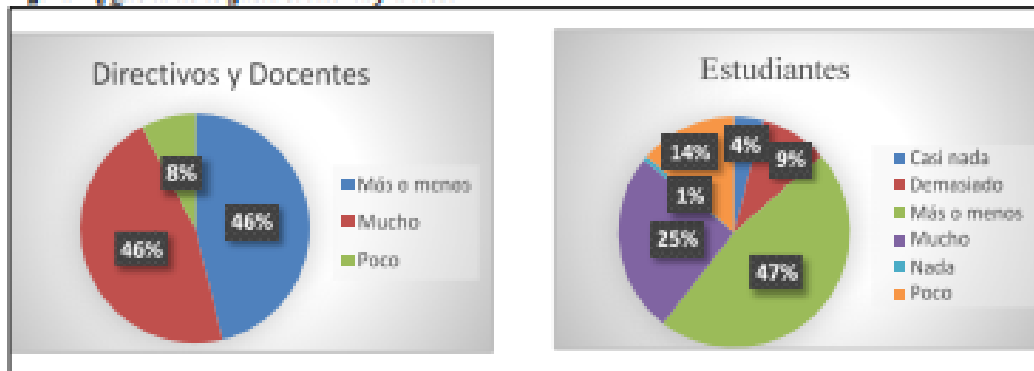
12

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.

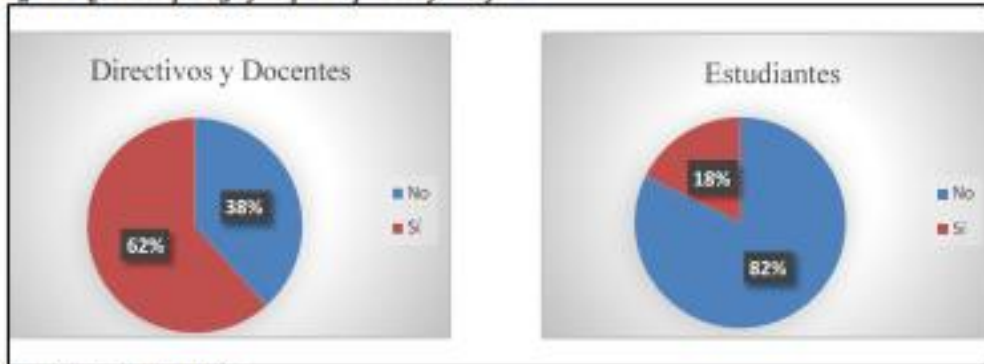
Según varias encuestas informales realizadas *online*, parece ser que el francés hablado apasiona en general en todo el mundo. El francés se ha descrito como suave, fluido, elegante y estéticamente agradable. Con su impronunciable r, sus sonidos vocálicos nasales, en, in, un y su entonación melodiosa, 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,

13

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?

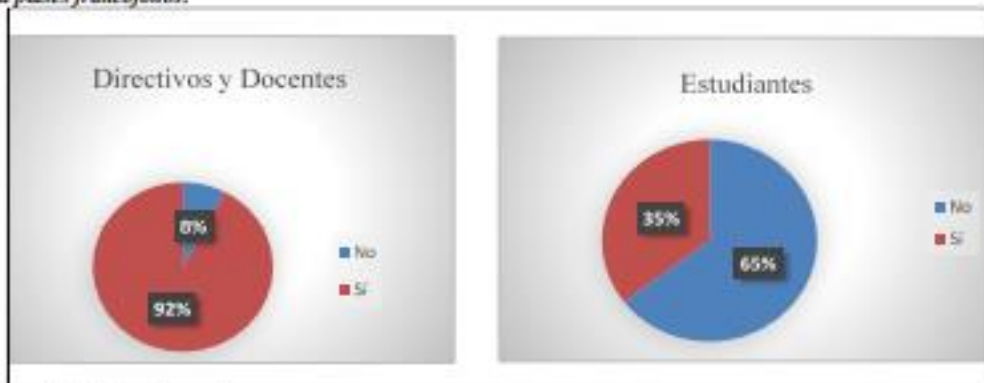


Fuente: Elaboración propia.

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.

14

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 culturales, 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.

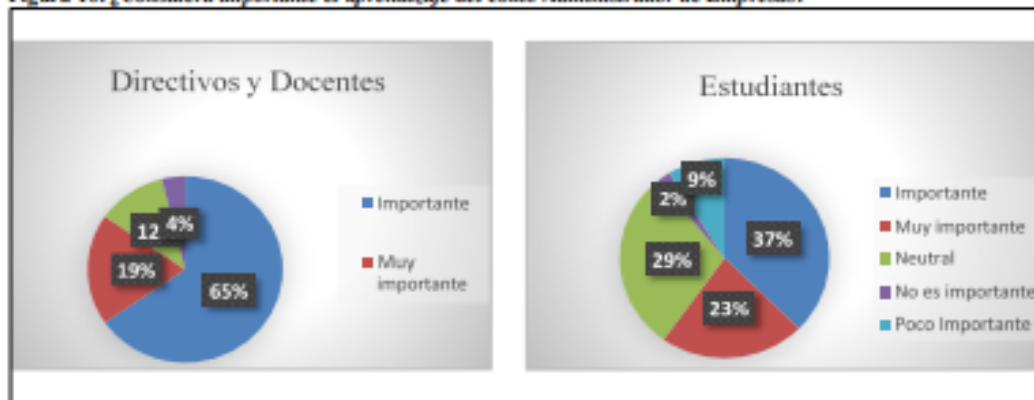
Según Bermúdez Rosa (2014) el principal motivo para realizar movilidad internacional en un ámbito universitario, es para la realización de un posgrado, dado que como se ha podido constatar en las múltiples estadísticas e indicadores analizados, la movilidad internacional de estudiantes constituye un 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.

15

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.

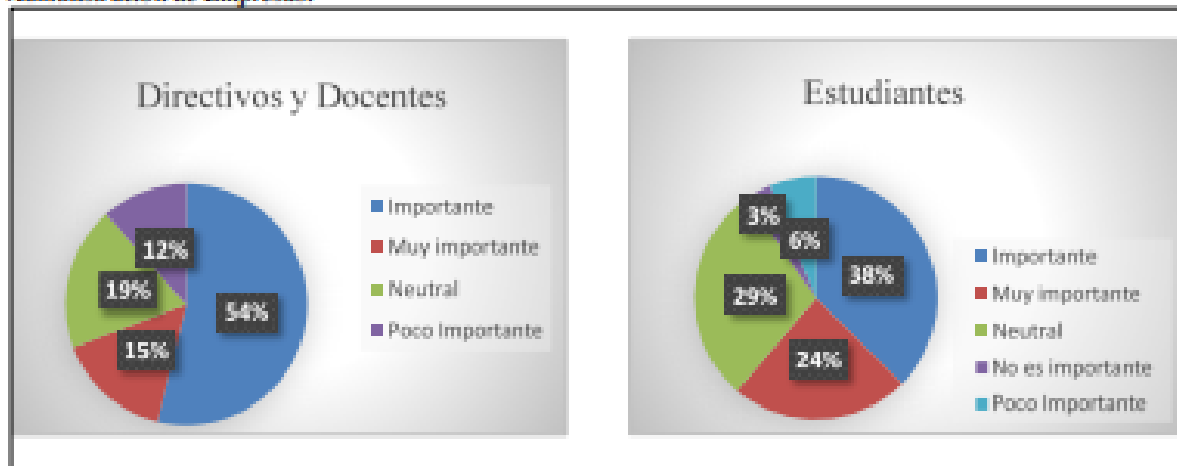
Según Ángela Arias de la Universidad de los andes, la formación de un Administrador de Empresas “busca contribuir a la formación integral de personas, capaces de desempeñarse en una organización de forma competente y responsable”. Las áreas en las cuales se desarrolla el plan de estudios comprenden: 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

16

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?*

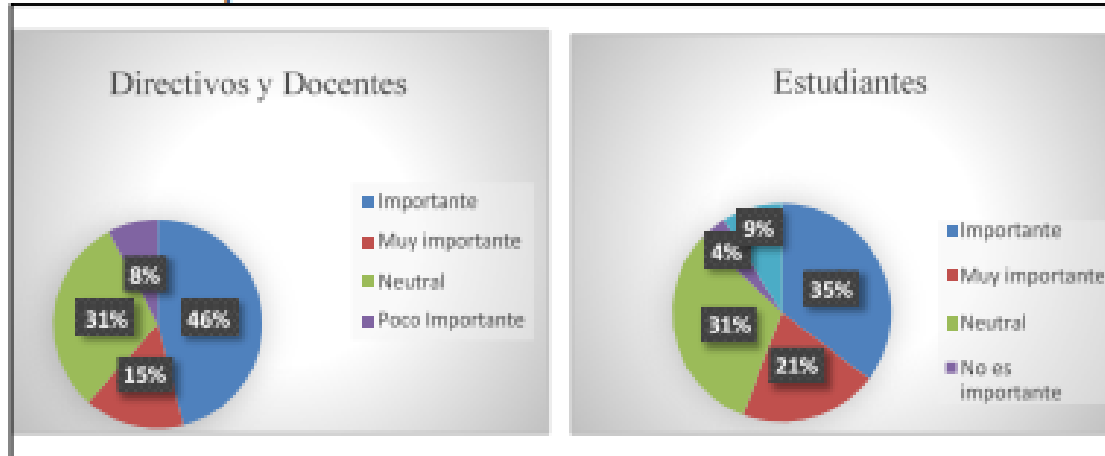


Fuente: Elaboración propia.

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.

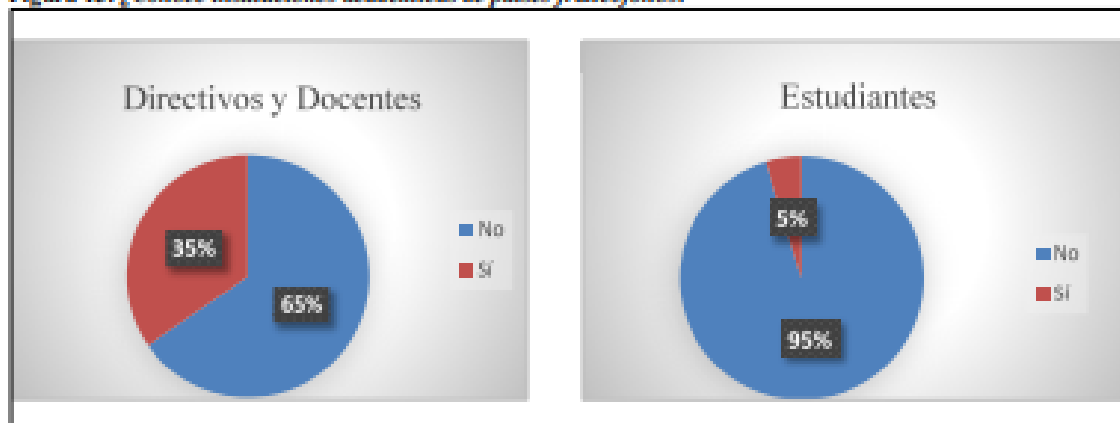
En concordancia con lo anterior, Bibila (2019) argumenta que, a nivel internacional, específicamente en Europa, el inglés es un requisito obligatorio si se desea trabajar en el viejo continente, sin embargo, el dominio de otro idioma constituye más que un plus para que una empresa europea ofrezca un 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 FpI (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 Zúrich en Suiza.

Figura 13. ¿Conoce instituciones académicas de países francófonos?



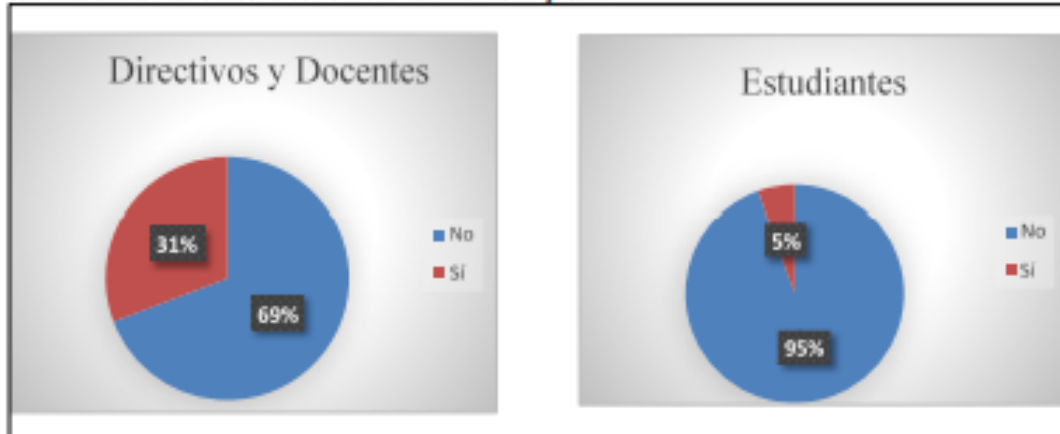
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo en lo anterior, se realizó una búsqueda de las universidades más representativas de los países francófonos según el ranking Qs World 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.

19

**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).

20

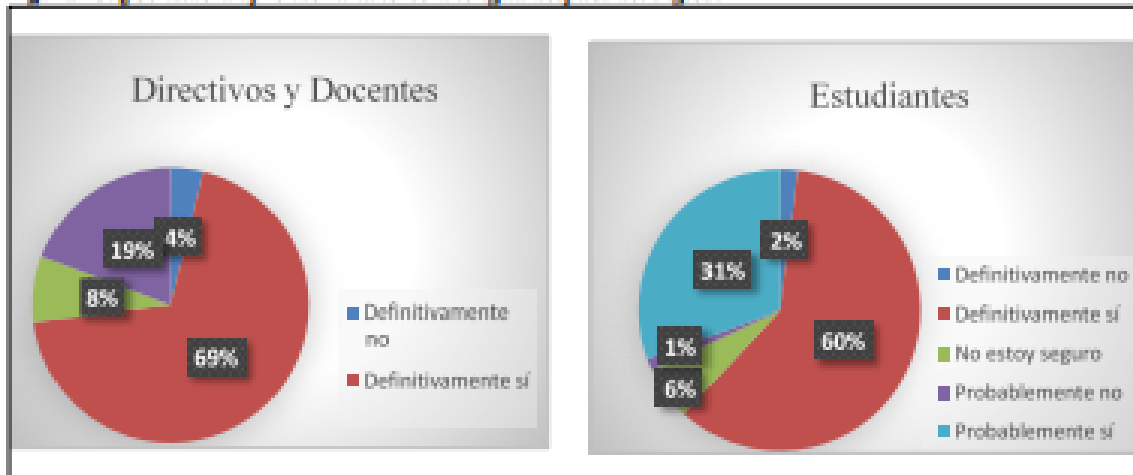
Respecto a la clasificación por nivel de importancia de 5 idiomas, según los directivos y docentes encuestados, con nivel de importancia 1 se encuentra el inglés, con nivel de importancia 2 el mandarín, con nivel de importancia 3 el francés, con nivel de importancia 4 el alemán y con nivel de importancia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

22

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/francofonía/162-que-es-la-francofonía>.
- 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 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). Historia 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://zaguan.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.infd.edu.ar/sitio/upload/Chiecher20Estudiar1\\_1.pdf](https://isfd87-bue.infd.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%20ce%20que%20le,du%20fran%C3%A7ais%20%C3%A0%20des%20natifs](https://www.fondation-alliancefr.org/?page_id=28412#:~:text=Qu'est%20ce%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. *Repositorio Universidad de la Salle*. Obtenido de [https://ciencia.lasalle.edu.co/lic\\_lenguas/216](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.

24

- 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.mineduccion.gov.co/1621/article-97498.html>.
- Ministerio de educación. (2005). Bases para una nación bilingüe y competitiva. Colombia: Altablero. Obtenido de <https://www.mineduccion.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/Haro/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](https://www.brandz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2019_WPP.pdf).

25

- 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](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](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](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-idiomas/>.
- 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&centro\\_id=301&plan\\_id\\_nk=454](https://estudios.unizar.es/estudio/asignatura?anyo_academico=2018&asignatura_id=24901&estudio_id=20180131&centro_id=301&plan_id_nk=454).