

EL NEGOCIO DE LA MODA COMO ALTERNATIVA LABORAL PARA LOS
ESTUDIANTES PROFESIONALES DE LENGUAS MODERNAS DE LA ECCI.

CARO BERNAL KATHERINE

GONZALEZ SIERRA LUIS

MEJIA GAVIRIA ANDRES

MUÑOZ MURCIA CAROLINA

ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ D.C.

2013

EL NEGOCIO DE LA MODA COMO ALTERNATIVA LABORAL PARA LOS
ESTUDIANTES PROFESIONALES DE LENGUAS MODERNAS DE LA ECCI.

CARO BERNAL KATHERINE

GONZALEZ SIERRA LUIS

MEJIA GAVIRIA ANDRES

MUÑOZ MURCIA CAROLINA

Proyecto de grado para optar el título de Técnico profesional en Lenguas
Modernas

Asesora:

Olga Camila Hernández Morales

Licenciada en Lenguas Extranjeras

ESCUELA COLOMBIANA DE CARRERAS INDUSTRIALES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ D.C.

2013

PÁGINA DE ACEPTACIÓN

Nota de aceptación

Jurado

Tutor

Coordinador

Bogotá, Noviembre de 2013

PÁGINA DE DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto primeramente a Dios, quien fue nuestro guía y nos brindó la sabiduría necesaria para llevar a cabo el proceso del mismo; a nuestros padres, quienes nos apoyaron económica y moralmente durante este proyecto y nuestro tiempo de estudio; a nuestra tutora Olga Camila Hernández Morales por el apoyo y motivación que nos brindó gracias a su conocimiento y el manejo de estas áreas; y a todos los profesores de la ECCI que apoyaron el fructífero desarrollo de este proyecto.

CONTENIDO

RESUMEN.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
ANTECEDENTES.....	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
4. JUSTIFICACIÓN.....	8
5. OBJETIVOS.....	9
5.1. GENERAL.....	9
5.2. ESPECÍFICOS.....	9
6. MARCO TEÓRICO.....	10
7. MARCO HISTÓRICO.....	15
8. MARCO METODOLÓGICO.....	22
9. ANÁLISIS DE DATOS.....	25
10. CONCLUSIONES.....	33
11. PROYECCIONES.....	35
BIBLIOGRAFÍA.....	36
ANEXOS.....	38
ENCUESTAS.....	41

RESUMEN

En el presente proyecto de investigación, se describe una alternativa laboral en el sector de la moda para los estudiantes del programa profesional de lenguas modernas de la ECCI, la cual permita el uso y el desarrollo de sus competencias en la lengua francesa; por medio de la observación, indagación y recolección de datos se confirma a Francia como potencia mundial en este sector, por otro lado, se muestran las competencias necesarias que un profesional en Lenguas Modernas debe adquirir para trabajar en este sector.

ABSTRACT

In this research, a work alternative related to Fashion is described, this alternative meant to students of the career named Lenguas Modernas of The ECCI university allows the development and usage of the competences in French language; through observation, inquiry and data collection, it confirms France as a global power in Fashion. The alternative shows also the competences that a professional of the career mentioned before needs to work in this field.

INTRODUCCION

Este proyecto se lleva a cabo con el fin de generar una apertura más amplia en el campo de acción del francés como tercera lengua aprendida por los estudiantes de lenguas modernas de la ECCI, identificando las competencias que obtienen estos estudiantes durante el proceso de aprendizaje.

Cursando cuarto semestre se notó que algunos estudiantes llegarían a ser más competitivos en el idioma francés, por ello se detectó la falta de enfoque en cuanto a un campo laboral dirigido a estos estudiantes que permitiera desarrollar dichas competencias.

Por tal motivo se decidió desarrollar este proyecto partiendo de las competencias adquiridas en el idioma francés, para así implementarlas en un sector laboral tan competitivo como lo es el negocio de la moda, gestionando y organizando relaciones entre empresas francesas de este sector y empresas Colombianas destinadas a obtener beneficios entre ambas partes.

Para finalizar es necesario mencionar la forma en que se desarrolla este proyecto mediante la implementación de distintos procedimientos; inicialmente el planteamiento de problema y su respectiva pregunta de investigación, seguido por la recolección de antecedentes que permitirán la presentación de la información más sobresaliente en relación a este proyecto de investigación, una vez citados estos importantes aspectos se procede a la redacción del objetivo de investigación y la justificación, posteriormente se continua con el marco teórico dando una amplia compilación de los conceptos importantes de este proyecto de investigación para de esta forma aportar nuevo conocimiento al anterior proyecto mencionado, en el marco metodológico se evidencia los métodos de investigación utilizados durante la ejecución del mismo y finalmente se encuentra el análisis de la recopilación de datos juntos con algunas expectativas sobre este proyecto de investigación.

ANTECEDENTES

Después de realizar una búsqueda en las investigaciones realizadas en la Escuela Colombiana de Carreras Industriales, relacionadas con varios proyectos de los programas de Diseño de modas y Lenguas Modernas, no se encontró ninguna que se relacionara específicamente a la gestión y organización de las relaciones entre empresas francesas del sector textil y empresas colombianas del mismo sector, las cuales permiten desarrollar las competencias adquiridas en el idioma francés a través del Técnico Profesional en Lenguas Modernas.

Se retoma como primer antecedente la investigación realizada por el estudiante Suarez del programa de Lenguas Modernas de la E.C.C.I. realizo un proyecto de investigación en el año 2004 titulado “Procesos de la moda en la ciudad moderna occidental” teniendo como objetivo general: “Describir las características tanto físicas como psicológicas que generan una personalidad propia y que se generan en el estilo de vestir individual abstraído de las tendencias impuestas por la moda a nivel urbano y por la forma en la cual percibimos el entorno que nos rodea”; siendo este el único proyecto investigativo que más se asemejo a nuestra investigación pero los puntos que trató no correspondieron a nuestra búsqueda.

Siendo así, se pensó en el nivel de importancia de las competencias adquiridas en el idioma francés para desempeñarnos en un mercado laboral textil, optamos a la búsqueda de aquellas competencias necesarias las cuales se asemejan en la investigación realizada por las estudiantes Silva Cifuentes y Rodríguez ¹, en el trabajo de grado en el cual describen las competencias laborales requeridas por un técnico profesional en lenguas modernas de la ECCI para desempeñarse en el

¹ SILVA CIFUENTES, Angélica. Competencias laborales que debe desarrollar un técnico profesional en lenguas modernas de la escuela colombiana de carreras industriales para desempeñarse en el sector turístico. Bogotá, 2013. 17, 37 p. Proyecto de Grado (Técnico Profesional en Lenguas Modernas). Escuela Colombiana de Carreras Industriales.

sector turístico, llegando a la conclusión de que la mayoría de los técnicos profesionales en lenguas modernas, conocen las competencias laborales adquiridas pero muchos de ellos no cuentan con la claridad de los diferentes campos de acción en los que pueden desarrollarlas, y eso es precisamente lo que intenta lograrse con el presente proyecto, dejar un campo laboral amplio con una posibilidad laboral bastante clara como lo es la gestión y organización entre empresas del sector textil específicamente con Francia, siendo este el país más sobresaliente en dicho sector.

De la misma forma los estudiantes Ruiz y Ortega², en su trabajo de grado, trataron la búsqueda de campos laborales en los cuales una persona bilingüe en francés pueda incursionar hallando la oferta actual que se tiene en Colombia para las personas con dicho conocimiento, de esta forma realizaron una investigación que permitió reconocer la importancia del idioma francés en el campo laboral actual de Colombia teniendo en cuenta la oferta del mismo.

² RUIZ, Brian. Proyección laboral para egresados bilingües en francés del programa profesional en lenguas modernas de la ECCI. Bogotá, 2013. Resumen, Objetivos. Proyecto de Grado (Técnico Profesional en Lenguas Modernas). Escuela Colombiana de Carreras Industriales.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Escuela Colombiana de Carreras Industriales (ECCI) describe para su programa *Técnico Profesional en Lenguas Modernas* una serie de habilidades y competencias centradas esencialmente en la comunicación, la administración de empresas y el mercadeo; todo esto por supuesto desarrollado dentro de los idiomas trabajados los cuales son inglés y francés sin dejar de lado, en efecto, a nuestra lengua materna.

En un país como Colombia que cada vez se vuelve más competitivo y adquiere más participación en la escena global, donde grandes compañías han fijado sus ojos no solo por las condiciones estratégicas que ofrece geográficamente sino también por el talento humano que puede ser explotado (en buena manera), las oportunidades laborales abundan para un conocedor de las lenguas y los negocios, principalmente para aquellos que dominan el idioma inglés. Pero ¿qué hay del francés?

Al iniciar con este proyecto que tiene como idea sugerir un espacio nuevo para trabajar aprovechando las competencias en el idioma francés adquiridas en el programa de Técnico profesional en Lenguas Modernas, lo primero que se hizo fue buscar relaciones entre ambos países, relaciones que involucraran aperturas económicas, todo pensado en el desarrollo del individuo como trabajador competente y en las relaciones un poco más globales de organizaciones enteras (empresas) entre países, como resultado de este planteamiento surgió *La Moda* como un campo amplio y lleno de espacios donde nos podemos enfocar para darle luz verde a nuestras ideas.

Inspirándose en las situaciones descritas en los párrafos previos se llega a una instancia definitiva en la materialización literaria de nuestro pensamiento, se ha

llegado a deducir que existe la necesidad de ofrecer al estudiante graduado del programa Técnico Profesional en Lenguas Modernas ofrecido por la ECCI una alternativa para trabajar sus habilidades en el idioma francés, esta alternativa dentro del campo de La Moda pues, Francia cuenta probablemente con el mayor mercado a nivel mundial en cuanto a esta y, Colombia con un historial lleno de éxitos en cuanto a empresas textiles que nos conducen a afirmar que es un sector en el cual vale la pena invertir ideas.

Francia, siendo un país desarrollado y reconocido mundialmente por la calidad y organización de empresas dedicadas al negocio de la moda, en cuanto a prendas de vestir se refiere, tiene importantes avances que pueden ser implementados en empresas nacionales, infortunadamente el lenguaje representa una barrera que impide relaciones más eficaces, el Técnico profesional en lenguas modernas con sus competencias y habilidades en cuanto a comunicación, administración de empresas y mercadeo ofrece un perfil más que indicado para desempeñarse en la tarea de solventar tales obstáculos y darle vía libre al desarrollo de nuestras empresas.

De todo esto la pregunta de investigación de este bonito proyecto se plantea: ¿Cómo el Técnico profesional en Lenguas Modernas de la ECCI, con las competencias adquiridas durante su etapa de estudio, puede gestionar y organizar relaciones entre empresas francesas del negocio de la moda (prendas de vestir) y empresas Colombianas del mismo sector destinadas a obtener beneficios mutuos?

4. JUSTIFICACION

Primero que todo, la exitosa realización y culminación de este proyecto busca cumplir un requisito para la obtención de un título como técnico profesional en lenguas modernas, como segundo propósito, debido a las necesidades actuales y más apremiantes de los estudiantes de lenguas modernas de la ECCI, se busca implementar una nueva manera de dar a conocer la importancia del idioma francés, teniendo muy en cuenta el desarrollo de las habilidades y competencias adquiridas en esta carrera.

Este proyecto busca beneficiar a los estudiantes de lenguas modernas de la ECCI, ya que con el desarrollo de esta investigación se podrá impulsar y abrir nuevos campos en el mercado de la moda, tanto colombiana como francesa; de tal forma que los Profesionales en lenguas modernas logren explotar todo su conocimiento, habilidades comunicativas y competencias, en las empresas para las cuales ejerzan la labor de acuerdo al perfil del egresado de la ECCI.

Además se tiene gran motivación para el desarrollo del proyecto, ya que con relación a los antecedentes consultados, no se encontró un proyecto con una misma línea de enfoque, por consiguiente se ha convertido un tema de valioso interés la relación entre el idioma francés y el mercado de la moda.

5. OBJETIVOS

5.1. GENERAL

Proponer una alternativa laboral en el negocio de la moda para los estudiantes del programa profesional de lenguas modernas de la ECCL, generando un campo de acción donde usen directamente sus competencias en la lengua francesa.

5.2. ESPECIFICOS

- Analizar los diferentes métodos utilizados en el mercado de la moda francesa, con el fin de diseñar nuevas tendencias prácticas y novedosas que puedan implementar los profesionales de lenguas modernas que deseen entrar en tal mercado.
- Relacionar los negocios y la moda como estrategia para incursionar en las oportunidades de este potente sector en mercados cambiantes y altamente competitivos.

6. MARCO TEÓRICO

En esta cesión se copilan conceptos o variables que se consideran importantes para el desarrollo de este proyecto de investigación para tener una base confiable para respaldar los conceptos mostrados aquí, se citan distintos puntos de vista y teorías de diferentes autores que no sólo aportan su visión de los conceptos pero también contribuyen a reforzar la definición de dichos conceptos.

Durante la búsqueda de información se consultaron varias fuentes de información para lograr así una apropiada descripción de los conceptos que se desarrollan en este proyecto de investigación, estos conceptos son esenciales para que un técnico profesional en lenguas modernas con sus habilidades en el área de humanidades y su conocimiento en mercado y administración se desempeñe como gestor dentro del proceso de aperturas económicas en cuanto al campo dela moda se refiere. Los conceptos seleccionados son competencia, competencias básicas en cuanto a la adquisición de lenguas extranjeras, competencias laborales y moda.

El primer concepto que se explica es el de concepto de competencia que inicialmente se aborda desde el concepto dado por Geraldo Tremblay ³“Una competencia, es un sistema de conocimientos, conceptuales y de procedimientos, organizados en esquemas operacionales y que permiten, dentro de un grupo de situaciones, la identificación de tareas - problemas y su resolución por una acción eficaz. “De esta misma forma, competencia es definido por Gustav Fröhlich como “la Capacidad objetiva de un individuo para resolver problemas, cumplir actos definidos y circunscriptos. El hecho de disponer conocimientos y aptitudes o de emplearlas con un propósito para expresar una capacidad que manifiesta un dominio exitoso sobre determinadas tareas o situaciones problemáticas´.

³ http://pedagogia-profesional.idoneos.com/index.php/Acerca_de_los_conceptos_competencia_y_competencia_laboral

Comparando las dos definiciones dadas por estos autores se puede observar que los dos está de acuerdo con la definición de competencia desde un punto de vista genérico partiendo del hecho de que una competencia es un sistema de conocimientos utilizados de una forma eficaz para así llegar a la resolución de un problema.

Por otra parte el concepto de competencia David McClelland⁴ aporta una definición un tanto divergente de las anteriores citadas pero a su vez clasificando las competencias dentro de las siguientes categorías.

“Las competencias son indicadores de conducta o conductas observables que se presuponen necesarias para el desempeño de un puesto de trabajo. Al tratarse de una percepción, el sujeto observador está sujeto a cierta subjetividad: puede «interpretar lo que ve» añadiendo o desechando información respecto del candidato. Esto puede sumar o restar oportunidades al candidato”. En la actualidad sigue estudiándose las competencias para avanzar en su definición, clasificación (directivas o técnicas) y métodos de detección y evaluación (del tipo 360º)

Por otra parte las competencias básicas adquiridas en lenguas extranjeras desempeñan un papel fundamental dentro del desarrollo de este proyecto de investigación por ende están clasificadas y definidas de la siguiente forma:

Competencias lingüísticas y comunicativas:

De acuerdo con Howard Gardner ⁵la competencia lingüística es una inteligencia que se desarrolla de forma genérica y es común en toda la especie humana, así

⁴ <http://amalgamadeletras.blogspot.com/2006/12/david-mcclelland-y-su-concepto-de.html>

⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_ling%C3%BC%C3%ADstica

pues la define como la habilidad de procesar información para ser comprendida en ámbitos fonológicos y semánticos

. Por otra parte para Noam Chomsky es la capacidad que posee la especie humana para comunicarse y esta se desarrolla a medida que el individuo interactúa cotidianamente.

En cuanto a competencias comunicativas según Dell Hymes⁶ la competencia comunicativa es el conjunto de habilidades y saberes que permite a los hablantes de una lengua en común la comprensión de la misma. También se puede interpretar como como la capacidad de interpretar y usar de una forma apropiada la connotación social que pueden tener las distintas formas que puede adoptar la lengua, en relación a cualquier circunstancia .

De acuerdo con los términos definidos anteriormente son muy importantes para el desarrollo de este proyecto de investigación debido a que las competencias básicas en relación al aprendizaje de lenguas extranjeras son el medio de apoyo por el cual se logra la comunicación

Las competencias citadas anteriormente contribuyen al desarrollo de las competencias laborales las cuales son de vital importancia para este proyecto de investigación debido a que este proyecto se aplicarásegún Jacinto Gallart⁷ las competencias laborales son un “conjunto de propiedades en permanente modificación que deben ser sometidas a la prueba de la resolución de problemas concretos en situaciones de trabajo que entrañan ciertos márgenes de incertidumbre y complejidad técnica [...] no provienen de la aplicación de un

⁶ <http://planreco.lacoctelera.net/post/2010/12/01/dell-hymes-y-competencia-comunicativa>

⁷ <http://bvs.sld.cu/revistas/infd/n809/inf2209.htm>

currículum [...] sino de un ejercicio de aplicación de conocimientos en circunstancias críticas”.

Para David McClelland⁸ “las competencias reflejan una serie de valores que en muchos casos aglutinan la misión y el plan estratégico, lo que posibilita que aquellas «requeridas» por la organización, puedan ser identificadas a través de un panel de expertos, sin necesidad de recurrir a medidas directivas de rendimiento, por lo que en consecuencia se les confiere la utilidad que tienen para cambiar conductas ligadas a los valores estratégicos”

De las competencias laborales definidas anteriormente se pueden aplicar a distintos contextos debido unas de estas se aplican a la resolución de problemas corporativos mientras que la otra definición se aplica más hacia estrategias para el bien de una organización.

Por último lugar el concepto de moda también desempeña un papel dentro del desarrollo de este proyecto de investigación, aunque este concepto puede ser subjetivo a continuación se muestran algunos conceptos dados por algunos expertos en este campo.

Según Ralph Lauren⁹ la moda es ““Cuando uno piensa en la falta de definición de todas las marcas que están ahí fuera, aquellos en los que crees y los que recuerdas, como Chanel y Armani, son los que representan algo. Moda se trata de establecer una imagen que los consumidores puedan adaptarse a su propia individualidad. Y es una imagen que puede cambiar, que puede evolucionar, no se reinventa cada dos años”

⁸ http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/170/html

⁹ <http://amenfashion2013.blogspot.com/p/concepto.html>

Para CECIL BEATON ¹⁰"La moda es el arte de ser atrevido, diferente, poco práctico, ser lo que sea que haga valer la integridad de propósito y visión imaginativa en contra de los que van por lo seguro, las criaturas de los lugares comunes, los esclavos de lo ordinario".

¹⁰ <http://modavanderbloem.blogspot.com/>

7. MARCO HISTORICO

La moda es el arte del vestido, de la confección de prendas en base a parámetros funcionales y estilísticos, tanto en ropa como accesorios

Los expertos señalan tres etapas básicas en la historia de lo que se ha llamado moda aplicada a la indumentaria:

La larga etapa aristocrática, entre los siglos XIV y XIX, su utilidad común es como instrumento social para distinguir la calidad de las personas y la ambición humana de señorear la tierra.

La etapa burguesa va desde principios del siglo XIX hasta los años 20 del siglo XX. Gracias a este intermediario sutil que es la moda, madre directa de la imagen cinematográfica, se difunden modelos de vida, de emociones, y de comportamientos en el mundo entero¹¹.

La etapa consumista se inició en los Estados Unidos durante los años veinte de nuestro siglo. En este tiempo no seguir la moda equivale a la exclusión social.

La actualidad, la noticia, la fama, la notoriedad y la posibilidad de negocio han acabado siendo sinónimos de moda. El sistema de la moda y su lenguaje definen toda la cultura de la imagen simbolizada por el cine, las noticias y el espectáculo en general. Lo que está de moda es, pues, noticia y adquiere así el derecho a ser divulgado por los medios de comunicación más influyentes del globo, que son los que se sitúan al servicio de la moda, convertida en una motivación obligatoria de su conducta. El siglo XX es sin duda, el siglo de la moda, ese instrumento capaz de anticiparse a los deseos de las personas.

LA MODA EN FRANCIA

¹¹ Ruiz M, (2009). La moda y su evolución por el tiempo. Wordpress.com. visto noviembre de 2013, de <http://yuragazabon.wordpress.com/2013/09/16/la-moda-y-su-evolucion-por-el-tiempo/>

Francia ha marcado la pauta durante todo el siglo pasado en el mundo de la moda, la cosmética o la perfumería, todo el espectro de este sector ha sido ocupado por marcas y empresas francesas, algunas de las cuales son líderes

Historia de la moda en París

París se transformó en capital de la moda en el siglo XVIII, durante el reino de Luis XIV, El rey Sol. El soberano, sensible a toda manifestación de supremacía, hizo venir a la capital francesa a los mejores modistas. Poco a poco, los nuevos trajes y accesorios comenzaron a ser copiados en el resto de Europa gracias a pequeñas muñecas vestidas “à la mode” y transportadas en los equipajes de la nobleza.

Pero París no sólo debe la moda al Rey Sol. La capital se transformó en la cumbre de la creación que llegó a eclipsar a las otras grandes capitales europeas. En poco tiempo, Francia se transformó en la cuna del “savoir faire” gracias a una firme política destinada a atraer a los más grandes artistas de cada sector de la creación¹².

Durante cientos de años fueron los monarcas y los nobles los que marcaron las pautas de la moda. Pero en este siglo, Luis XIV, rey de Francia, decidió ocultar su calvicie con una peluca. Al poco tiempo, los nobles europeos comenzaron a afeitarse la cabeza y seguir su ejemplo, imponiendo un estilo que duró más de un centuria.

Cabe resaltar que los franceses no eran considerados como los europeos más elegantes ni los más sofisticados. Y, sin embargo, ya a comienzos del XVIII el país había adquirido una especie de monopolio en todo lo relativo a la cultura, el estilo y la vida de lujo. En el siglo XIX, las revistas femeninas comenzaron a promocionar las nuevas tendencias e incluso a ofrecer patrones económicos para que las mujeres pudieran cortarse su propia ropa. Con la llegada del siglo XX y la

¹² María y vero, (2012). Historia de la moda en París. Blogspot.com. visto septiembre 2013 de, http://2012stellamarismbyvc.blogspot.com/2012_03_01_archive.html

popularidad del cine y la televisión, las estrellas de la pantalla se convirtieron en ídolos internacionales y empezaron a imponer la moda. Hoy día, la situación apenas ha cambiado.

Cuatro siglos después, la capital francesa sigue haciendo soñar con su capacidad creativa.

París siempre ha reivindicado su posición de capital mundial de la moda, aunque los ingleses pretenden que el primer lugar les corresponda también a ellos.

París le ganó la partida a Londres, Venecia y Ámsterdam y se alzó como la ciudad de la elegancia, de la sofisticación y del amor.

En la actualidad, numerosos desfiles de moda se dan a lo largo del año en la capital francesa, donde diseñadores de todos los países europeos venden sus creaciones.

"La vestimenta típica de Francia es muy variada ya que depende directamente de la época histórica que se vivía, aun así siempre se destacó la forma en la que los franceses llevaron la moda considerándose como ejemplo para todo el mundo, siempre confeccionando trajes de gran nivel considerándose a Paris como una de las capitales de la moda a nivel mundial, por lo cual la tendencia del país influcio desde siempre la manera de vestir en todo el mundo. "

LA MODA EN COLOMBIA

El boom de la moda colombiana que hemos tenido en los últimos tiempos ha sido muy alentador. Vemos los nombres de nuestros diseñadores colombianos en cualquier revista internacional, como por ejemplo: People, Newsweek, cosa que nos llena de orgullo, ya que esto representa la entrada de divisas al país; la confección de ropa está catalogada como una de las fuentes de ingresos más fuertes después del café. Es probable que el país rompa la barrera de los 1000 millones de dólares en exportación de textiles y confecciones en el cierre del presente año si se logra la incorporación del país al ATPA, y por lo tanto, el

ingreso a los Estados Unidos con preferencias arancelarias. Para finales de la década la actividad podría convertirse en la primera fuente de divisas por encima del café, además de generar más del doble de los puestos de trabajo actuales. A nuestros diseñadores colombianos no solo los encontramos en Medellín como antes solo se veía, sino aquí en la costa también, con nuestras diseñadoras costeñas, como por ejemplo, Silvia Tcherassi, Tina Newman, Judy Hazbún, y un sin fin de diseñadores muy reconocidos, dando así una muestra fehaciente de lo que es capaz de hacer una persona con dedicación, disciplina y perseverancia, siempre teniendo en cuenta la excelencia para poder llegar a competir con diseñadores de alta costura. La ropa colombiana la encontramos en muchos sitios de Estados Unidos, tranquilamente puede uno elegir un pantalón y si no se mira de donde proviene, puede llegar a pensar que fue hecho donde solo hacen alta costura. Y qué decir de las telas colombianas también se producen excelentes, lástima que con el incremento de la violencia, las producciones de algodón en el país sean cada vez más difíciles, por no decir imposibles, ya que el gremio algodonero no tiene ninguna clase de incentivos para seguir sembrando, ni mucho menos crédito, sabiendo que el algodón es la materia prima más importante.

Inexmoda tiene una profunda gratitud con todos los que en estos 13 años han ayudado y acompañado. La feria es un sueño que se ha querido mantener y agrandar para el bienestar de todos. Cada vez se invitan nuevos participantes para seguir construyéndolo. Esto es invaluable y decisivo para el futuro cada vez será mejor, abarcará a más personas y así podremos tener la sensación colectiva de alegría que nos produce este país cuando hacemos las cosas juntos y bien.

Inexmoda (es el instituto para la exportación de la moda), es la que organiza las ferias de Colombiatex y Colombiamoda en Enero y Agosto de cada año con ventas totales que sobrepasaron los 2600 millones de dólares durante el año 2000, de los cuales 800 millones de dólares corresponden a exportaciones, esto representa el mayor valor de las exportaciones manufactureras de Colombia. En términos de puestos de trabajo, esta cadena productiva genera y mantiene

800.000 empleos: 200.000 directos y 600.000 indirectos. Esto le permite al país progresar 180.000 toneladas métricas de fibras naturales y manufacturadas que se convierten en 790 millones de metros cuadrados de tejidos planos y de punto. El 80% de estos tejidos es el destinado al mercado nacional para producir prendas de vestir, línea de hogar y demás usos industriales. Todo lo anterior da lugar para que más de 500 empresas textiles y 10.000 de confección mantengan una alta utilización de su capacidad instalada, lo que permite así el logro de la estabilidad laboral, tan necesaria en un país como el nuestro la seriedad, estabilidad y continuidad de Colombiatex y Colombiamoda se suman al panorama anterior para generar gran credibilidad y respaldo por parte de compradores nacionales e internacionales y de las autoridades gubernamentales.

RELACIÓN DE LA MODA ENTRE COLOMBIA Y FRANCIA

La Cámara Colombo Francesa de Comercio e Industria, CCFCI, es una asociación privada sin ánimo de lucro, creada en 1917 para apoyar a las empresas en sus proyectos de expansión y desarrollar relaciones económicas, comerciales e industriales entre Francia y Colombia.

La Cámara nació hace 93 años con el propósito de promover el comercio entre ambos países. El 14 de mayo de 1917, comenzó a operar con el nombre de la “Cámara Francesa de Bogotá”, teniendo como misión inicial informar a los empresarios franceses sobre las posibilidades que ofrecía el mercado colombiano, ya que en aquel entonces, se necesitaba el proceso de recuperación de la industria francesa afectada duramente por la guerra.

En su trabajo por impulsar el flujo comercial, la Cámara tiene en vigencia servicios destinados a apoyar la búsqueda y concreción de negociaciones.

A través de ellos, conecta a los potenciales exportadores o importadores con redes de información computarizada y les ofrece indicaciones sobre productos, compradores o vendedores, organiza exposiciones comerciales de productos franceses, promueve ferias francesas, misiones con rapidez y seguridad.

“Comunicar la moda” significa saber idear y utilizar estrategias de comunicación integrada, seguir campañas publicitarias, mantener las relaciones con los medios de comunicación y con las personas que trabajan en el sector, organizar eventos o desfiles y proyectar planes para lanzar un producto, un diseñador o una marca.

Francia es la quinta economía mundial. Su PIB es siete veces el nuestro y es el tercer país europeo que más invierte en Colombia¹³.

Las inversiones de Francia al mundo se han dirigido principalmente a los sectores Software y Servicios TI (10,8%), Textiles (9,9%), Alimentos y Tabaco (9,1%), BPO (7,7%) y Productos de Consumo (6,8%).

Colombia se ubica como el cuarto país receptor de proyectos de Francia con una participación del 13% y 63 proyectos.

La calidad de las prendas ha hecho voltear los ojos de miles de hombres de negocios hacia nosotros, y que ferias de moda como Colombiatex y Colombiamoda se cuentan dentro de las más importantes de Latinoamérica.

Hoy por hoy, gracias a la industria textil se sostienen relaciones comerciales con México, Canadá, Chile, Panamá, Bolivia, Ecuador, Venezuela, Estados Unidos y algunos países de Europa, entre estos, Francia; respaldada por la calidad de los textiles nacionales (paños, lanas, algodones, índigos, etc.), la variedad de insumos (botones, cremalleras, marquillas) y la mano de obra calificada y económica. "Los colombianos tenemos cultura de moda y conocemos el oficio", asegura Alicia Mejía, directora i EL TIEMPO de mercadeo del Instituto para la Exportación de la Moda (Inexmoda).

Debido a que han menguado las relaciones comerciales con Francia, con relación al sector textil, confección, diseño y moda; se buscan tendencias con el lenguaje e

¹³ Française, R. (2010). Cámara colombo-francesa. ambafrance-co.org recuperado el día 26 de octubre de 2013 desde: http://www.ambafrance-co.org/spip.php?page=mobile_art&art=2870

idioma francés, como estrategia para generar oportunidades de negociación entre estos dos países, equilibrando costo, velocidad y precio, así podríamos:

Establecer lazos de networking más amplios: Así no se logre concretar la negociación, se amplía la cartera de contactos en cualquiera de los dos idiomas que se manejen.

Se muestra mayor seguridad al mostrar el bilingüismo por parte del exportador o comerciante para centrarse en temas más afines a solucionar como es la Alta participación de la informalidad y el contrabando que compiten con estructuras de costo muy bajas, generando significativas desventajas para la industria formal.

Alto crecimiento en importaciones de materia prima y productos terminados, principalmente provenientes de países de bajo costo

Reciente entrada masiva al país de marcas internacionales con amplia experiencia en mercadeo, gestión de marca, gestión de tiendas, inteligencia de mercados, entre otros; como lo es Francia.

Colombia tiene una baja participación en mercados internacionales, tradicionalmente dependiente de modelos de bajo valor agregado, debido a que no nos enfocamos en la importancia de hablar un mismo dialecto para una mejor negociación, se subestima o no se le da importancia de aplicar el idioma francés como valor agregado para conocer y ganar otras culturas surgiendo con una nueva economía sostenible y desarrollada¹⁴.

¹⁴ Proexport, C. (2012). Franceses conocerán oportunidades de inversión en Colombia. Proexpirt.com.co. Recuperado el día 16 de noviembre de 2013 desde: <http://www.proexport.com.co/noticias/franceses-conoceran-oportunidades-de-inversion-en-colombia>

8. MARCO METODOLÓGICO

El presente proyecto logro su desarrollo basándose en una investigación descriptiva, con naturaleza cualitativa. Acerca de las investigaciones de tipo descriptivas la profesora Rebeca Landeau señala: “Los estudios descriptivos buscan medir conceptos o variables; así como, evaluar diversos aspectos de un universo, con la finalidad de identificar características o establecer propiedades importantes que permitan informar sobre el fenómeno estudiado”¹⁵. De la misma fuente se toman observaciones acerca de lo que es una investigación cualitativa:

Este tipo de investigación trata de determinar las fuerzas de correlación y asociación entre las variables; así como, también, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual dicha muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación, se pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una manera determinada.¹⁶

Ya que por medio de la indagación, observación, el registro y la definición se pensó mostrar una alternativa profesional para los estudiantes graduados del programa de lenguas modernas de la E.C.C.I que esté relacionado con la industria de la moda generando un campo de acción donde usen directamente sus competencias en la lengua francesa, siendo este el objetivo general de nuestro proyecto.

Fueron utilizadas diferentes herramientas con el fin de recolectar los datos como las encuestas y entrevistas diseñadas especialmente para explorar los puntos de vista de nuestra población, estudiantes del ciclo profesional de lenguas modernas en la ECCI, y sus involucrados, profesores.

¹⁵ Landeau, R. *Elaboración del trabajo de la investigación*. Caracas: Editorial Arte S.A., 2007, p. 57

¹⁶ Landeau, R. p. 61

La encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas destinadas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que conforman la población estudiada.¹⁷

Acerca de la entrevista, Zapata plantea en su libro: “Esta técnica utiliza, para recoger datos que se necesitan para la investigación, una conversación orientada con una o varias personas en la que una es el entrevistador y la otra los entrevistados.”¹⁸

El proyecto se realiza en un diseño de campo, ya que toda la información recolectada está orientada en fuentes vivas y alude a la perspectiva temporal de un diseño contemporáneo teniendo el propósito de describir información de un evento actual.

A continuación se presentan las técnicas de recolección de datos utilizadas, así como el manejo de la población a quien va dirigida cada una de ellas:

Entrevistas

- Dirigidas a la coordinadora del programa de diseño de modas de la ECCI, a un profesor y diseñador profesional del programa Diseño de Modas de la ECCI y a un profesor empresario y diseñador industrial de la ECCI, con las siguientes características:
 - ✓ Verificar la viabilidad, ventajas y desventajas del proyecto.
 - ✓ Dirigida al programa de diseño de modas de la ECCI, con el fin de constatar la importancia del manejo del idioma francés y su importancia en el mercado de la moda.

¹⁷ Zapata, O. *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. Ciudad de México: Editorial Pax, 2005, p. 189

¹⁸ Zapata, O. p. 150

- ✓ Cuestionara la situación actual de la universidad acerca del acompañamiento a sus alumnos en cuanto al uso de las lenguas.
- ✓ Una vez realizadas las entrevistas, se realiza una codificación basando el análisis en la importancia del idioma francés en el mercado de la moda.
- ✓ Se involucrará con la viabilidad del proyecto económica y laboralmente.

Encuestas

-Dirigidas a 12 estudiantes del ciclo profesional de decimo semestre del programa Lenguas Modernas en la ECCI con las siguientes características:

- ✓ Está dirigida a los estudiantes de la carrera profesional de lenguas modernas de la ECCI y tiene como objetivo cuestionar a los alumnos acerca de sus preferencias y conocimiento en el mercado de la moda relacionado con las competencias adquiridas en el idioma francés, del mismo modo, dar a conocer esta posibilidad.
- ✓ Determinar el uso de las competencias que adquieren los estudiantes del programa profesional de lenguas modernas de la ECCI en el idioma francés.
- ✓ Una vez recolectada la información, se realiza el análisis respectivo por medio de la tabulación.
- ✓ Se tendrá la modalidad de única respuesta para algunas preguntas, en otros casos se podrá marcar más de una respuesta. No existen preguntas abiertas.

9. ANÁLISIS DE DATOS

EL proceso de recolección de datos consistió en 2 entrevistas dirigidas a la coordinadora del programa Diseño de Modas de la ECCI y a un docente perteneciente al mismo programa, además se diseñó una encuesta para estudiantes del ciclo profesional del programa Lenguas Modernas.

Las entrevistas se llevaron a cabo en el caso de la coordinadora en su oficina, tuvo una duración aproximada de 27 minutos en los cuales se abordaron todas las preguntas y se obtuvieron respuestas como se esperaba. El docente fue entrevistado en las zonas comunes de la sede principal de la universidad, su entrevista tomó 6 minutos, al igual que con la coordinadora, fue un ejercicio exitoso y satisfactorio.

Las encuestas fueron realizadas en las instalaciones de la sede principal, se realizaron 12 encuestas dirigidas a los estudiantes de decimo semestre del programa de lenguas modernas de la ECCI. A continuación se presentara un análisis general de los datos recolectados así como el aporte satisfactorio que cada uno brindo al proyecto.

Entrevista coordinadora

La pregunta que abrió la entrevista trataba del asesoramiento que la universidad le daba a los estudiantes acerca del uso o los campos en donde podrían usar las competencias que adquiriría en otra lengua, a lo que se respondió que la universidad no tenía esa obligación, también que era difícil exigir a un estudiante aprender un idioma como el francés si eran evidentes las fallas que se tenían con el inglés que fue calificado como “conocimiento básico”.

Respecto a la pregunta realizada que planteaba establecer una relación entre los programas Lenguas Modernas y Diseño de modas en la ECCI con el fin de brindar a los estudiantes una nueva alternativa laboral en el campo de la moda como

posibilidad, la coordinadora expresó su agrado y su entusiasmo con respecto a la posibilidad alianza planteada por la pregunta, agregó que otro programa que se debe tener en cuenta para dicha relación es el de Comercio Exterior, pues, los tres programas comparten conocimientos a fines por lo tanto se beneficiarían unos con otros. Cabe destacar que hace una referencia a la viabilidad de la idea teniendo en cuenta la opinión de los alumnos, población sobre la cual llegarían estos beneficios, y su disposición.

Teniendo en cuenta el perfil administrativo y cercano a lo académico del sujeto entrevistado, se llega a la conclusión de que las posibilidades para eventualmente dar el primer paso de la implementación de este gran proyecto son grandes y es factible su puesta en marcha en primera instancia, por su puesto, manteniendo los estudio estudios a población e involucrados correspondientes.

Hablando más a fondo sobre los beneficios que traería la alianza también se mencionó que existe una barrera, la universidad de se ve imposibilitada a ofrecerle a los alumnos del programa Diseño de Modas la opción de graduarse con las competencias del idioma francés ya que existen barreras de tipo gubernamentales, sin embrago, las cosas positivas a los alumnos de Lenguas Modernas siguen vigentes pues, se abriría la opción laboral para ellos y no habría problema porque el inglés es otro campo que se maneja bien para estos sujetos.

Acerca de la pregunta que cuestiona las opciones laborales que tiene un graduado del programa Lenguas Modernas, por supuesto pensando en la industria de la moda, la coordinadora plantea la posibilidad concreta de que un graduado de esta carrera podría hacer parte de los clústeres empresariales impulsados por la Secretaría de desarrollo económico, pues en eventos como la Semana de la Moda que se lleva a cabo en Colombia, estos juegan un papel muy importante a la hora de hacer negocios con otros países, pues, permite a un grupo de empresas atender grandes pedidos y ser capaces de dar abasto con economías más fuertes, países tan fuertes en el sector de la moda como Francia, lo que ubica a un estudiante de Lenguas Modernas en un lugar idóneo para desarrollarse

laboralmente. Podría decirse que estos hechos sustentan de otra manera la necesidad de involucrar a los estudiantes con un sector de la industria tan poderoso como la Moda, pues, los conocimientos del francés aumentarían las posibilidades de una negociación exitosa ya que los acerca más a las fuentes de producción importantes. Partiendo de la premisa de que la lengua es el medio principal para la comunicación con otras personas, como consecuencia también de los negocios, las puertas que abre el manejo no solo del inglés sino de una alternativa, se podría afirmar que existe un camino para trabajar y aún mejor teniendo el mercado identificado.

Cuando se le preguntó a la coordinadora sobre los beneficios que le podría traer a la universidad y a los estudiantes el desarrollo de este proyecto, expresó que en definitiva la culminación de este traería cosas positivas, sin embargo, también hablo sobre el enfoque que se debería dar sobre el trabajo ya que era un tema que la intrigaba. Por otro lado resaltó la importancia de la variedad en cuanto a conocimientos que se presentan en una hoja de vida, fenómeno que hace unos años se veía como algo negativo pero hoy en día la polivalencia de los empleados los hace más llamativos.

Este trabajo implícitamente va acorde y apoya la variedad de campos laborales en los que cualquier persona puede desempeñarse, de hecho, el objetivo principal de este proyecto se centra en plantear una alternativa laboral, y con esto encontramos otra cuestión positiva para nuestro fin.

Entrevista docente

La primera pregunta que se le hizo al docente fue sobre la magnitud del mercado de la moda en Francia, y si esta alcanzaba a abordar mercados como el nuestro con acuerdos comerciales, en efecto, el docente entrevistado resaltó la importancia que tiene el país europeo y su relevancia en el sector pero por otro lado enfatizó en que no existen tales acuerdos, “desgraciadamente”. Lo que nos

dice esto es que lo que se quiere alcanzar con esta investigación puede ser una herramienta fundamental en el establecimiento y negociación de estos acuerdos, cosa que impulsaría económicamente en nuestro país la industria de la Moda. Esta gran carencia puede ser, sin duda, solucionada por alumnos graduados de la ECCI que tengan conocimientos en el campo además de sus competencias en el idioma francés.

Después de eso se le cuestionó sobre la posibilidad de incluir materias en la lengua francesa al programa de Diseño de Modas, a lo cual respondió con un absoluto positivismo ya que es el idioma en el que se encuentra los mejores contenidos por lo tanto, además de la importancia a nivel de negocios y relaciones comerciales, también tiene un aspecto académico importante.

Como fue consultado con la coordinadora en su entrevista, la inclusión de materias a un pensum no es tarea sencilla porque requiere un proceso que va de la mano entre la universidad y el Ministerio de Educación pero en este punto surge la opción de las materias lectivas, entendidas como opciones para los estudiantes lo que enriquecería el proceso académico en la universidad. Estamos hablando sin duda de otro aspecto encontrado que apoya el resultado de la investigación.

En la siguiente parte de la conversación se le preguntó al docente acerca del estado actual del mercado de la moda en Colombia a lo que replicó que es bueno, existe oferta y demanda por lo tanto es prudente ser optimistas a la hora de indagar y trabajar en tal campo. El entender el mercado en Colombia como algo importante y 'grande' hace que nuestro objetivo vaya más encaminado hacia el éxito ya que sabemos, por parte de un experto, que tenemos un mercado real pero que necesita expandirse y puede hacerlo, por su puesto, teniendo la lengua como base de comunicación y negociación. Es otro punto a favor para el proyecto.

Respecto a si cree que el idioma francés pudiera brindar más caminos para desempeñarse en campos económicos, el profesor entrevistado se mostró en absoluto acuerdo y explicó que uno de los campos más importantes a la hora de

usar el francés era el de la moda, también destacó que existe algo paralelo a esto y son las academias de moda. Esta respuesta nos lleva a pensar que la idea de este trabajo es cercana a la realidad, también que los elementos están dados, ya tenemos un mercado identificado, una necesidad y una propuesta firme.

Posterior a esto se indagó con el sujeto entrevistado acerca de lo importante que ha resultado para profesionales en el campo de Moda en Colombia, como diseñadores, su relación con Francia o tal vez la influencia que ha tenido sobre ellos el estar involucrados con ese país. Su respuesta fue que, sin duda, la influencia ha sido mucha pues la mayoría de estos profesionales tienen sus estudios en Francia, que incluso profesionales que trabajan en la ECCI han estado en exposición directa a esta influencia. Al final de su intervención recalcó una vez más que deberían existir más relaciones con el país europeo.

Entre más necesidades encontremos, el desarrollo de este trabajo se hace más viable, cada vez se encuentran más ramas que apoyan el relacionar del idioma francés con la Moda. Pensando en todos los elementos recogidos hasta ahora, se proyecta la investigación como una base para empezar a desarrollar ideas paralelas a lo que se estudia específicamente acá, ha sido una experiencia satisfactoria.

La respuesta final que se obtuvo por parte del docente entrevistado corresponde a una de las más importantes en general en todo el proceso de recolección y análisis de datos pues se le cuestiona sobre la importancia para las empresas colombianas, en el sector de la moda por supuesto, el hecho de tener relaciones con Francia o el tener acceso a contenidos en el idioma francés. El sujeto entrevistado plantea que existen empresas que en este momento tienen constantes contactos con ese país, una particularidad de estas empresas es que son organizaciones grandes y poderosas en el sector lo que nos indica que el beneficio que les trajo el trabajo en conjunto las ha impulsado a su desarrollo exitoso. Otro punto positivo fue el recalcar, al igual que lo hizo durante toda la

entrevista, la importancia de crear nuevos vínculos entre los países involucrados ya que se necesitan.

La idea más grande que deja este proceso es que para Colombia y sus empresas del sector de la Moda resultaría verdaderamente útil tener acceso a establecer relaciones con Francia o empresas de ese país que trabajen el mismo sector porque es un gran camino hacia el desarrollo, por supuesto existen barreras como el idioma pero precisamente los alumnos graduados en el programa Lenguas Modernas pueden ser la solución a este inconveniente, son necesarios ciertos ajustes en las materias y los contenidos dictados pero en un campo más general se identifican como temas que van de la mano y de los cuales se puede, tomando las acciones indicadas, obtener un gran provecho.

Encuestas

Con base a la pregunta número uno en la cual se buscaba afirmar si las competencias adquiridas en el idioma francés durante la carrera permitirían a los estudiantes desempeñarse en un cargo que estuviera basado en dichas competencias, siete de los encuestados respondieron afirmativamente y los 5 restantes negativa

Posteriormente se indago acerca de la asesoría brindada por parte de la universidad en las posibilidades que se tienen como hablantes del idioma francés, fue sorprendente ya que tan solo 3 estudiantes dieron una respuesta afirmativa y 9 negativa; esto nos lleva a pensar que efectivamente hace falta una orientación de hacia dónde deben dirigir sus competencias y que posibilidades laborales tienen los estudiantes con los otros idiomas aprendidos además del inglés.

La pregunta siguiente se relacionaba con la anterior preguntando a los estudiantes si consideraban necesario estas asesorías y efectivamente 11 de 12 estudiantes

respondieron afirmativamente; lo que también afirma nuestro punto de vista mencionado anteriormente.

Se consideró importante indagar acerca de los campos que podrían aportar en la enseñanza del idioma francés en la ECCL, pensando claro está en un futuro próspero para el estudiante, y obtuvimos que en el campo de los negocios, la comunicación y el campo pedagógico fueron los que más se vieron reflejados en las respuestas contrario al turismo y el campo administrativo.

Acerca del campo de acción en el que califican los conocimientos adquiridos en el idioma francés en la ECCL, la mayoría de los estudiantes indicó que son apropiados para desenvolverse socialmente, seguidos por turística y laboralmente y dos estudiantes indicaron que no son suficientes para ningún campo; considerando que en esta pregunta también estaba la opción que sugería todos los campos, al encontrarnos con que ningún estudiante consideró esta respuesta es importante tener en cuenta este tipo de perspectivas.

En cuanto a los campos laborales que los estudiantes consideran para trabajar y poner en práctica sus conocimientos las opciones más seleccionadas fueron la minería, la agricultura, alimentos y el sector de la moda. Para una empresa colombiana enfocada en el sector de la moda y considerando a Francia como una potencia mundial en este sector los estudiantes opinan que la importancia del manejo en la lengua francesa es alto.

Cuando los estudiantes suponen un futuro laboral en la gestión de relaciones entre una empresa colombiana y una francesa la mayoría de ellos opinan que las competencias en el manejo del francés, ofrecidos por la universidad son básicos, tres estudiantes opinan que son insuficientes y tan solo dos indican que son suficientes.

Para la mayoría de los estudiantes la idea de incursionar laboralmente en una compañía del sector de la Moda, desempeñándose como gestor de relaciones

comerciales con Francia es una idea para tener en cuenta como alternativa; con esto se pudo identificar que los estudiantes encuestados tienen poco conocimiento acerca de nuevas orientaciones laborales, además de trabajar en un call center por ejemplo, o regirse a labores administrativas, ya que nuestra carrera puede enfocarse en diversos sectores gracias al medio de negociaciones que se le facilita gestionar a un profesional en lenguas modernas de la ECCI.

Se indago a los estudiantes acerca de cómo ven el sector de la moda siendo una de las opciones para aplicar las habilidades en la lengua francesa, a lo que tres estudiantes respondieron que es un mundo desconocido pero el cual vale la pena estudiar, dos indicaron que es igual que en cualquier otro sector, dos estudiantes indicaron que no lo consideran y los seis estudiantes restantes indicaron que es importante.

Con esto se finalizó la encuesta, y a nivel general se puede concluir que los datos obtenidos fueron satisfactorios para el proyecto, dado que el sector de la moda tiene mucha viabilidad cuando se piensa en un mundo laboral aplicando las competencias adquiridas en el aprendizaje de la lengua francesa.

10. CONCLUSIONES

Cuando un profesional de lenguas modernas quiere enfatizar laboralmente sus competencias del idioma francés, son pocas las alternativas laborales que se conocen; este proyecto intento describir una alternativa laboral en el sector de la moda para los estudiantes del programa profesional de lenguas modernas de la ECCI y que genere un campo de acción que permitiera usar sus competencias adquiridas en la lengua francesa.

Después de haber llevado a cabo este proyecto de investigación, se puede concluir que los estudiantes del programa profesional de lenguas modernas cuentan con las competencias adquiridas en el aprendizaje de la lengua francesa, que les permitirán gestionar y organizar relaciones entre empresas del sector de la moda, afirmando a Francia como potencia mundial en dicho sector.

Gracias a la metodología utilizada en la recolección de datos, se logró afirmar la importancia de las relaciones con empresas francesas en el sector de la moda, por lo cual es indispensable que para esta gestión un estudiante cuente con las competencias requeridas para la gestión y organización de negociaciones y relaciones entre una empresa de nuestro país y Francia , así que se comprobó si efectivamente un estudiante profesional del programa de lenguas modernas cumple con este tipo de competencias, y si las mismas son suficientes para desenvolverse en el mercado francés, los datos obtenidos fueron satisfactorios, ya que la mayoría de los estudiantes consideran que cumpliendo el ciclo profesional cumplen y adquieren las capacidades y competencias necesarias para este tipo de labores, y de la misma forma aunque se tenía poco conocimiento en el sector de la moda, muchos lo consideran y lo ven como un buen sector para desarrollar dichas competencias.

Con la investigación realizada a través del marco histórico se pudo confirmar que durante años Francia ha sido uno de los países más influyentes en el sector de la moda y que de la misma forma los mejores diseñadores y las grandes empresas de modas surgieron en Francia, con esto logramos afirmar que para una empresa colombiana las relaciones con Francia resultan ser muy provechosas y brindan a las compañías mejores resultados. Con las entrevistas realizadas también se pudo confirmar lo mencionado, ya que el programa de diseño de modas de la ECCI tiene un amplio conocimiento en este campo, los entrevistados nos aseguraron que las relaciones directas con Francia beneficiarían mucho más a un futuro empresario en el sector de la moda o bien a los actuales, y de hecho nos informaron que actualmente este tipo de relaciones han disminuido, quizás por la falta del conocimiento en el idioma francés por parte de los diseñadores, o poco conocimiento en el sector de la moda de quienes conocen la lengua francesa, por lo mismo los entrevistados vieron viabilidad en el proyecto e indicaron que sería bueno que a futuro siguieran existiendo y no desaparecieran dichas relaciones.

Es en este tipo de relaciones en las cuales incursiona un futuro profesional de lenguas modernas, en donde no solo aplicaría su conocimiento en la lengua francesa en el momento de la comunicación con dichas empresas, sino que además aplicara sus competencias en diferentes campos, como negociaciones, gestiones y organizaciones.

11. PROYECCIONES

Con la investigación realizada se comprobó que los estudiantes del programa profesional de lenguas modernas de la ECCI tienen poco conocimiento en cuanto a las posibilidades laborales que existen para aplicar las competencias adquiridas en el aprendizaje de la lengua francesa; lo cual deja claro que es importante continuar investigando posibles campos que se ajusten a dichas competencias o incluso profundizar más en el sector de la moda, ya que dicho sector cuenta con muchas salidas laborales que un estudiante de lenguas podría desempeñar.

Como se mencionó en el análisis de datos, los entrevistados indicaron que sería bueno que existiera una relación más directa entre empresas francesas y empresas colombianas, con esto se puede pensar en la posibilidad de hacer de los estudiantes de lenguas modernas, los gestores de estas relaciones, lo cual no solo sería benéfico para el alumnado sino también para las empresas de este sector.

Es importante e indispensable que los estudiantes reconozcan las competencias con las que se gradúan en las diferentes lenguas aprendidas, y de esta forma amplíen su rumbo laboral y experimenten cada día nuevas opciones laborales.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ IZA CERTUCHE, Daniel Andrés: Procesos de la moda en la ciudad moderna occidental. Bogotá, 2004. Trabajo de grado (diseñador de moda). Escuela Colombiana de Carreras Industriales, Facultad de diseño de modas.
- ✓ Landeau, R. *Elaboración del trabajo de la investigación*. Caracas: Editorial Arte S.A., 2007, p. 57 - 61
- ✓ SILVA CIFUENTES, Angelica: Competencias laborales que debe desarrollar un técnico profesional en lenguas modernas de la escuela colombiana de carreras industriales para desempeñarse en el sector turístico. Bogotá, 2013. Trabajo de grado (Técnico profesional en lenguas modernas). Escuela Colombiana de Carreras Industriales, Facultad de lenguas modernas.
- ✓ RUIZ, Brian: Proyección laboral para egresados bilingües en francés del programa profesional en lenguas modernas de la ECCI. Bogotá, 2013. Resumen, Objetivos. Proyecto de Grado (Técnico Profesional en Lenguas Modernas). Escuela Colombiana de Carreras Industriales, Facultad de lenguas modernas.

CIBERGRAFIA

- ✓ BELTRÁN C, (2012). Historia de la moda. Bligoo.com.co. visto noviembre de 2013 de, <http://modaactual706.bligoo.com.co/historia-de-la-moda>
- ✓ CENTRO VIRTUAL CERVANTES, Instituto Cervantes (1997-2013). Competencia intercultural [en línea].

- ✓ MORENO S, (2012). Historia de la moda. Fashionxachi.blogspot.com. visto octubre 2013, de <http://fashionxachi.blogspot.com/2012/09/istoria-de-la-moda-la-historia-de-la.html>
- ✓ ORTÍ TERUEL, Roberto. En: Revista electrónica de estudios filosóficos. Estudio de la competencia intercultural a partir del análisis sociocultural de interacciones orales con arabo-hablantes. [en línea]. 8 (diciembre 2004). [citado en 15 de abril del 2013]. ISSN 1577-6921
- ✓ Proexport, C. (2012). Franceses conocerán oportunidades de inversión en Colombia. Proexprt.com.co. Recuperado el día 16 de noviembre de 2013 desde: <http://www.proexport.com.co/noticias/franceses-conoceran-oportunidades-de-inversion-en-colombia>
- ✓ RUIZ M, (2009). La moda y su evolución por el tiempo. Wordpress.com. visto noviembre de 2013, de <http://yuragazabon.wordpress.com/2013/09/16/la-moda-y-su-evolucion-por-el-tiempo/>
- ✓ VALERO ANDANI, Miguel Moda francesa, marcas y diseñadores: Hablar de moda es hablar de Francia y de marcas como Chanel, Christian Dior, Lacoste o Du Pareil. Firmas que han hecho de este país una referencia. En: Moda y Belleza by Suite 101 [en línea]. (03 de julio del 2003) [citado en 16 de abril del 2013]

ANEXOS

A continuación se presentan como anexos la encuesta y entrevistas realizadas en la recolección de datos:

ENCUESTA

Señor(a) estudiante de la ECCI, Con base en su propia experiencia responda por favor:

1-¿Cree usted que las competencias adquiridas en el idioma francés durante su carrera le permitirían desempeñarse en un cargo que tiene como base el manejo de esta lengua?

- a. Sí
- b. No

2-¿Considera usted que la Universidad brinda asesoría a los estudiantes acerca de las posibilidades que tiene como hablante del idioma francés?

- a. Sí
- b. No

3-¿Piensa que es necesario que la Universidad brinde asesoría a los alumnos acerca de las posibilidades laborales relacionadas con el manejo de la lengua francesa?

- A. Sí
- B. No

(Marque con una X)

4-¿Qué campos piensa usted que la enseñanza del idioma francés en la ECCI debería trabajar más pensando en un futuro próspero para usted?

- a. Comunicación___
- b. Negocios___
- c. Turismo___
- d. Administrativo___
- e. Pedagógico___
- f. Otro___ ¿Cuál?_____

5- Calificaría los conocimientos en el idioma francés adquiridos en la ECCI apropiados para desenvolverse:

- a. Laboralmente ___
- b. Turísticamente ___
- c. Socialmente ___
- d. No son suficientes para ninguno ____
- e. En todos los campos___

6-Cuál de los siguientes campos laborales estudiaría como posibilidad para trabajar poniendo en práctica sus conocimientos en el idioma francés

- a. Moda___
- b. Alimentos___
- c. Minería___
- d. Pesca___
- e. Ganadería___
- f. Agricultura___
- g. Todos___
- h. Ninguno___

7-Considerando a Francia como una potencia mundial en el sector de la Moda, diría usted que el nivel de utilidad del manejo de esa lengua en una empresa colombiana enfocada en el mismo sector es:

- a. Alto____
- b. Medio____
- c. Bajo____
- d. No tiene ninguna importancia____

8- Suponiendo un futuro laboral para usted como encargado de gestionar relaciones entre una empresa colombiana y una francesa, piensa que las competencias en el manejo del francés que le ofrece la carrera son:

- a. Suficientes____
- b. Básicas____
- c. Insuficientes____
- d. Nulas____

9- Para usted, la idea de incursionar laboralmente en una compañía del sector de la Moda, desempeñándose como gestor de relaciones comerciales con Francia le resulta:

- a. Muy emocionante____
- b. Satisfactoria____
- c. Para tener en cuenta como alternativa____
- d. Poco llamativa para su futuro____
- e. No lo sabe aún____

10- ¿Cómo ve a la Moda como sector en donde se puedan aplicar las habilidades en la lengua francesa?

- a. Excelente____
- b. Importante____
- c. Igual que en cualquier otro____
- d. No lo considero____
- e. Un mundo desconocido pero el cual vale la pena estudiar____

ENTREVISTAS

Para la coordinadora de diseño de modas:

Con base en su experiencia y trayectoria en la Universidad, responda por favor:

1-¿Cuáles son las consecuencias que la insuficiencia de asesoramientos le traería a los estudiantes?

2- Considerando a Francia como potencia mundial en el sector de la moda ¿Usted pensaría que el trabajo conjunto de las facultades encargadas de las carreras Lenguas Modernas y Diseño de moda podrían trabajar en equipo para ofrecer una alternativa laboral más concreta a los estudiantes?

3. ¿Qué beneficios vendrían para los alumnos con una eventual alianza entre las partes mencionadas?

4-¿Qué aspectos en la carrera se necesitarían desarrollar más para apoyar tal propósito?

5-¿Cómo aporta la ECCI al esparcimiento y uso de esta lengua en campos laborales en Colombia?

6- Laboralmente hablando ¿En qué sectores podría desempeñarse un graduado del programa de lenguas modernas en Colombia?

7-¿Considera que el desarrollo de este proyecto, brinda beneficios a la E.C.C.I y a sus estudiantes?

Para el profesor y Diseñador de Modas:

Por favor responda:

1. ¿La magnitud del mercado de la moda en un país como Francia podría generar las herramientas necesarias para establecer acuerdos comerciales con empresas colombianas del mismo sector?
2. ¿Qué opina de incluir materias de francés en el programa de Diseño de moda en la ECCI? ¿Qué bondades le traería al alumnado?
3. ¿Cómo ve el mercado de moda en Colombia y su crecimiento respecto a otros países de la región?
4. ¿Cree que el idioma francés pueda brindar nuevas alternativas para incursionar en este segmento económico a una persona graduada del programa Diseño de Moda? ¿Cómo?
5. ¿Cuán importante ha resultado el manejo del francés o las relaciones con Francia para los grandes diseñadores en Colombia?
6. ¿Cuán importante ha resultado para las empresas exitosas en el sector de la moda en Colombia el haber tenido acceso a contactos con organizaciones en Francia o el manejo del idioma francés?