

1-1-2015

# Estrategias de divulgación y promoción alrededor de la muestra histórica del programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle con motivo de sus 40 años

Aidé Sarely Palacios Mondragón

Follow this and additional works at: [https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria\\_publica](https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica)

---

## Citación recomendada

Palacios Mondragón, A. S. (2015). Estrategias de divulgación y promoción alrededor de la muestra histórica del programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle con motivo de sus 40 años. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria\\_publica/169](https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/169)

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Administrativas y Contables at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Contaduría Pública by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).



Estrategias de divulgación y promoción alrededor de la muestra histórica del programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle con motivo de sus 40 años.

**AIDE SARELY PALACIOS MONDRAGÓN**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE**

ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA MUESTRA HISTÓRICA  
DEL PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD DE LA  
SALLE CON MOTIVO DE SUS 40 AÑOS.

AIDE SARELY PALACIOS MONDRAGÓN

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTÁ

2015

Informe Final De Pasantía De Investigación

ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA MUESTRA HISTÓRICA  
DEL PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD DE LA  
SALLE CON MOTIVO DE SUS 40 AÑOS.

AIDE SARELY PALACIOS MONDRAGÓN

TUTOR

Nelson Andrés Molina, Magister

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTÁ

2015

## Contenido

Introducción .....	4
1 Título del proyecto .....	6
2 Línea de investigación.....	6
3 Problema .....	6
3.1 Delimitación.....	6
3.2 Estado del arte.....	7
3.3 Planteamiento del problema .....	9
3.4 Objetivo General .....	13
3.5 Objetivos Específicos.....	13
4 Marco conceptual .....	13
5 Marco teórico .....	16
5.1 Los sistemas de comunicación de las universidades .....	16
6 Marco Institucional .....	24
6.1 Historia de la Universidad de La Salle.....	24
6.2 Apartes del proyecto educativo de la Universidad “PEUL” .....	25
7 Diseño metodológico.....	29
7.1 Tipo de investigación .....	29
7.1.1 Enfoque investigativo.....	30
7.2 La investigación documental.....	30
7.2.1 Instrumentos de recolección y análisis de la información.....	30
7.3 Población y muestra .....	31
7.4 Fuentes primarias y secundaria .....	31
8 Video .....	32
9 Investigación histórica documental .....	33
9.1 La línea del tiempo.....	42
10 Apoyo .....	46
11 Bibliografía .....	52

## **Introducción**

La Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle, por ser una organización, está atravesada por procesos comunicativos que intervienen en su quehacer administrativo y de relaciones hacia su exterior y su interior. Puesto que la comunicación es el eje central de una empresa, se hace necesario que la universidad, identifique los eventos comunicativos que se dan al interior de ella y proponga unas políticas y dispositivos de comunicación interna y externa.

Por esta razón, se va a hacer un trabajo de recopilación histórica, el cual se presentará a la comunidad lasallista revelando los logros alcanzados desde su creación hasta la actualidad. Una muestra histórica es un espacio donde se trata de construir objetivamente acontecimientos que dejan huella en una comunidad, (ABC Paraguay, 2015).

Por supuesto, todo evento comunicativo de esta magnitud debe contar con estrategias de comunicación y divulgación tales como un video de expectativa que genere interés en la muestra que se va a presentar, un escenario totalmente adaptado y ambientado con objetos que representen cada época, afiches y carteles alusivos a los personajes y eventos que marcaron el programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle en sus primeros 40 años, líneas de tiempo, las cuales son una herramienta que nos permiten registrar y ordenar los datos cronológicos de una forma clara y sencilla que facilita la comprensión de los sucesos históricos, (Salutip, 2015), también proporcionan estructura. Éstas pueden ser sumamente sencillas, como secuencia de algunos cuantos eventos, pero también pueden crearse líneas complejas en las que se observe no sólo la secuencia sino la sincronía de eventos y procesos.

(Secretaria de Educación Pública México, 2015) Estas líneas de tiempo fueron construidas con la información obtenida en la investigación realizada en este proyecto.

En ese sentido la siguiente pasantía pretende, fomentar el conocimiento histórico en los estudiantes y profesores de la facultad haciendo una investigación minuciosa del programa de contaduría pública a lo largo de sus 40 años, para luego presentarla a la institución mediante una muestra histórica que revelara información importante para la comunidad lasallista.

## **1 Título del proyecto**

Estrategias de divulgación y promoción de la muestra histórica del programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle con motivo de sus 40 años.

## **2 Línea de investigación**

Este proyecto pertenece a la línea *Gestión, Administración y Organizaciones* y al tema *Procesos y funciones organizacionales para el desarrollo y la sustentabilidad*

## **3 Problema**

A continuación se presenta el desarrollo del problema que dio origen al presente proyecto de investigación.

### **3.1 Delimitación**

Este proyecto se centra en los procesos comunicativos que intervienen en el quehacer administrativo y de relaciones que se dan al interior y exterior de las organizaciones, así como, de las políticas y dispositivos de comunicación internos y externos que atañen a las instituciones. En este trabajo se aborda la historia del programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle con motivo de sus 40 años.



### **3.2 Estado del arte**

El análisis empírico que realizó el equipo de comunicaciones de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de las políticas de comunicaciones de la Facultad, con el fin de realizar el plan estratégico 2012- 2015, arrojó como resultados, entre otras cosas: la poca definición de filosofía y políticas de comunicación interna y externa; la no existencia de un sistema de comunicación e información; la no definición de las estrategias, herramientas y dispositivos de comunicación de las cuales la facultad debería hacer uso.

Puesto que la comunicación es el eje fundamental de cualquier organización, estas ausencias -que revelan la apremiante necesidad que tiene la Facultad de ingresar al sistema empresarial globalizado- podrían derivar en pérdida de identidad, posicionamiento social, oportunidades comerciales; también, podrían generar desavenencias entre directivas, clientes internos y demás stakeholders.

Sumado a esto, el avance de las TIC, de las Redes Sociales, de los medios masivos de Comunicación y de la competencia global impelen a la Facultad a definir prontamente su posición comunicativa.

En este sentido, se hace necesario entonces identificar y tomar conciencia de los sistemas de relación externos e internos presentes en la Facultad para así establecer políticas hacia los sistemas de información y comunicación, plan de comunicaciones, soportes, volumen, calidad y transmisión de la información.

Además de disponer de un sistema relacional que asegure el diálogo abierto y argumentado entre los miembros y partes empresariales -lo cual exige la presencia de un lenguaje común que sirve de nexo expositivo y de espacio de encuentro entre las posiciones- la facultad debe forjar su imagen externa e interna según el carácter único que le otorga su filosofía y que se manifiesta en los mensajes y en la simbología (imagen), esto es, crear identidad; fomentar procedimientos para renovar sus estructuras periódicamente; fomentar una visión común por parte de todos los miembros de la organización; priorizar el factor humano; Indicadores de control, estrategias de marca, políticas de medios de comunicación, procesos de administración de la información, etc.

Ahora bien, dentro del sistema de comunicación de las universidades existen dispositivos internos y hacia el exterior; uno de estos, que es de vital importancia para las instituciones educativas y científicas, son las muestras históricas como herramienta de ilustración para que sus estudiantes puedan visualizar el sentido y acervo de su programa “la historia es cuestión de supervivencia. Si no tuviéramos pasado, estaríamos desprovistos de la impresión que define a nuestro ser” Robert Burns. (Revista Oikos, 2015).

Las muestras históricas son herramientas útiles para el registro, conservación y divulgación de la actividad de las instituciones educativas, en la medida que son de fácil realización y compatibles con medios de divulgación como páginas web, redes sociales, material promocional.

Una muestra histórica es un espacio donde se trata de construir objetivamente acontecimientos que dejan huella en una comunidad, (ABC Paraguay, 2015); en este caso, la caso, la muestra histórica del Programa de Contaduría Pública de la Universidad de La Salle, La Salle, Caminando Nuestra Historia, programa para realizarse durante los días 11, 12 y 13 de Mayo 2015, se hace para recordar momentos importantes y cruciales del programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle con el propósito de mantener en la memoria acontecimientos importantes que lograron que el programa sea uno de los mejores del país y de esta forma contribuir a la generación del sentido de pertenencia en los estudiantes y profesores.

Por dar un ejemplo, la Universidad de Sevilla, realizó una muestra histórica fotográfica y documental de la Evolución histórica de la Escuela de Enfermería (Universidad de Sevilla, 2015), La Universidad EAFIT hizo una muestra histórica fotográfica titulada ¡hágase la luz!, en la cual realizaron un recorrido fotográfico por la historia de Antioquia (Universidad EAFIT, 2015), y la Universidad Tecnológica del Chocó realizó la primera Muestra Itinerante del Patrimonio Visual del Chocó (Organización no Gubernamental Paz desde la Base, 2015).

### **3.3 Planteamiento del problema**

La Universidad de La Salle es una institución que busca asumir coherentemente la vocación social y política que siempre la ha caracterizado, como interlocutor calificado en el debate tras la construcción de un futuro mejor para la sociedad. De tal manera debe responder

a tales llamados a través de una educación innovadora, una investigación transformadora y un diálogo permanente entre las ciencias y el humanismo, que permitan caminar hacia una red universitaria con una agenda común.

De igual manera su Facultad de Ciencias Administrativas y Contables ha determinado como ejes fundamentales de su proyecto educativo institucional, el fomento a la educación y la formación de los estudiantes en temas de conformación de empresas, pymes y de familia con acciones propositivas necesarias para el emprendimiento, contribuyendo así a la creación de nuevas perspectivas de ver el quehacer de las profesiones administrativas y contables.

Por eso el programa, con el propósito de aportar a las estrategias de recordación y generación de sentido de pertenencia hacia la institución y la profesión, diseñó la Muestra Histórica del Programa de Contaduría Pública con motivo de sus 40 años, cuyo fin es dar a conocer la evolución y el desarrollo que ha tenido la profesión y el programa de Contaduría Pública en la Universidad de La Salle, a lo largo de estos 40 años y al mismo tiempo reconocer la labor que ha ejercido y los logros que han obtenido.

Ocurre, sin embargo, que debido a la no existencia de un sistema de comunicación que divulgue y promocióne las diversas acciones e iniciativas de la Facultad y de quienes la conforman, se está desconociendo su desarrollo que reflejarían: el modo como los Lasallistas han comprendido la filosofía y perspectiva teórica vista en clase, cuáles de los aspectos enseñados en el programa de Contaduría Pública han tenido ellos en cuenta en su vida universitaria, así mismo llegar a conocer sus historias de vida, motivaciones y demás aspectos cualitativos que han influido en sus decisiones. Teniendo en cuenta lo anterior el

registro y conservación de los casos institucionales serviría además, como material didáctico de clase, gracias al cual se podría, en principio, motivar en los estudiantes el espíritu institucional, analizar las trayectorias, anécdotas, consejos y experiencias de quienes ya se han arriesgado a ser empresarios y, conocer, de viva voz, de personas cercanas a los lasallistas, y la perspectiva con respecto al programa, su historia y sus vivencias.

Este viaje al pasado nos presenta de una forma amenizada la historia del Programa de Contaduría Pública y nos ayuda a redescubrirnos como profesionales Lasallistas, en un trasegar histórico que nos ayuda a entender y valorar parte del pasado de nuestra profesión, los aportes que han realizado los directores, profesores y estudiantes en el desarrollo y la construcción del programa para que esté dentro de uno de los mejores en el país, y por lo tanto genere y estimule nuevas acciones y conductas del profesional lasallista.

Al realizar este proyecto podemos revivir recuerdos bonitos en aquellos contadores que ya caminaron esta historia, transportarlos por un instante a un pasado bello que ha traído grandes triunfos y anécdotas a Contadores Públicos y por ende a los Profesores de la Universidad de la Salle. Los estudiantes conocerán con detalle y en un ambiente más real todos los avances que ha tenido la profesión de Contador Público y el trabajo que han realizado estos por ayudar al desarrollo de la profesión y de lo cual hoy los estudiantes se ven beneficiados

Es importante resaltar que para la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, el continuo y organizado registro y divulgación de los logros alcanzados desde su creación,

permitiría consolidar una estrategia de recordación de la historia, lo cual ayudaría a los estudiantes a conocer los antecedentes del programa de contaduría pública.

Las estrategias de divulgación y promoción de la muestra que se utilizaron fueron: En un formato de video se promocionó la muestra histórica generando expectativas en estudiantes y egresados del Programa de Ciencias Administrativas y Contables, también se realizó una investigación de lo ocurrido en los 40 años que lleva el programa de Contaduría Pública de la Universidad de La Salle de tal manera que los datos obtenidos sean de uso para la Muestra Histórica, y finalmente crear la línea de tiempo del programa de Contaduría Pública con el fin de ser expuesta en la Muestra Histórica.

### **3.4 Formulación del Problema**

En ese sentido, la pregunta base de este proyecto es:

¿Cómo divulgar y promocionar la muestra histórica del programa de contaduría pública de la universidad de La Salle con motivo de sus 40 años, de modo que sea útil para la Facultad para sus fines académicos y de comunicación interna y externa?

## **4 Objetivos**

#### **4.1 Objetivo General**

En el marco del proyecto de creación de la muestra histórica; el objetivo General del proyecto es: Divulgar y promocionar el recorrido Histórico del programa de Contaduría Pública de la Universidad de La Salle con motivo de sus 40 años en diferentes canales accesibles en la Universidad de La Salle.

#### **4.2 Objetivos Específicos**

- En formato de video promocionar la muestra histórica generando expectativas en estudiantes y egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.
- Realizar una investigación histórica documental de lo ocurrido en los 40 años que lleva el programa de contaduría pública de la Universidad de La Salle de tal manera que los datos obtenidos sean de uso para la muestra histórica.
- Apoyar logísticamente el desarrollo de la muestra histórica orientando y brindando información a los visitantes.

#### **5 Marco conceptual**

A continuación se presentan los conceptos básicos utilizados en el marco teórico y a lo largo del presente proyecto.

### **Ciencias Administrativas y contables**

Es responsable de generar, socializar y transferir conocimiento científico aplicado, en las disciplinas administrativa, económica, financiera, y contable, para formar profesionales de alta calidad, que lideren procesos de innovación y adaptabilidad de las organizaciones en escenarios empresariales y sociales altamente competitivos, con sustento en un enfoque de enseñanza sistémico, dialógico y holístico de la realidad organizacional. (Universidad Autónoma del Caribe, 2014)

### **Comunicación**

Es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que interactuamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado. (Promonegocios, 2008)

### **Emprendedor**

La palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur (pionero), y se dice que es aquella persona que asume el riesgo y la responsabilidad de desarrollar y llevar a la práctica un negocio o un proyecto, reuniendo los recursos y capacidades necesarias con la expectativa de obtener beneficios y/o otros objetivos específicos. Es, en definitiva un “creador”, capaz de detectar ideas con potencial y materializarlas. (Renau, 1994).



## **Estrategia de Comunicación**

Es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una intención o intención y una decisión. (Conceptos estratégicos, 2006)

## **Investigación cualitativa**

Reconstruir la realidad, tal como la observan los actores de un sistema social previamente definido (Sampieri y Cols., 2003)

**Investigar:** Hacer diligencias para descubrir algo. Realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los conocimientos sobre una determinada materia. (Real Academia Española, 2014)

**Proyecto empresarial:** Es un estudio previo de viabilidad de un plan de Empresa, con el fin de concretar y cuantificar el proyecto, reducir incertidumbres y evitar, en la medida de lo posible, experiencias empresariales nada satisfactorias, que podrían haberse evitado realizando un análisis objetivo que se pretende alcanzar. (Gestión de la comunicación en las organizaciones, 2012)

**Pymes:** Son pequeñas y medianas empresas integradas al aparato productivo de un país, como parte de la cadena de valor. Coadyuva en la diversificación y dinamización de la economía. Ello se manifiesta en su potencialidad para la creación de empleo y fomentar la riqueza. Los indicadores han demostrado su estabilidad como manifestación económica a nivel de: ingresos, capital de trabajo, infraestructura; así como una mayor flexibilidad para consolidar las tecnologías emergentes. (Agyapong, 2010).

## **6 Marco teórico**

A continuación se presenta el desarrollo del marco teórico que sustenta este proyecto.

### **6.1 Los sistemas de comunicación de las universidades**

La comunicación es el centro y el motor de todas las actividades humanas. La sociedad misma y las relaciones que ella establece con el ambiente, los otros seres vivos, e incluso las cosas, están mediadas por procesos comunicativos. El mundo cultural en el que nos movemos -nuestras creencias, sistema económico y manera de vivir- ha sido construido, compartido y sostenido a través del lenguaje, base de la comunicación (Van Dijk, 2005).

Por su carácter humano, la comunicación se diferencia de la Información – transmisión, emisión y recepción de conocimientos estructurados (Bartoldi, 1991)- en el sentido que implica lo humano: intercambio de información con el fin de cambiar el

comportamiento de otro, subjetividades, intercambio en diversas vías, dobles sentidos y connotaciones (Weiss, 1971; Robbins, 2004). En definitiva, en la información únicamente participa el emisor mientras que en la comunicación intervienen relaciones interactivas entre emisor, receptor y contexto (Joffre & Koenig, 1985).

Es así que, en el seno de la sociedad y en sus instituciones -la familia, la educación, las organizaciones, entre otras- la comunicación forja un sistema de relaciones formales e informales, jerarquías, roles y códigos. Entenderemos *sistema* como “*un conjunto de componentes unidos entre sí que están unidos a un entorno. El sistema se adapta y evoluciona modificándose*” (Bartoldi, 1991, pág. 19) y *Organización* como “*Un grupo organizado de seres humanos que tienen un fin o buscan alcanzar determinado objetivo, formal o informal: la meta es conocida de todos, se distribuyen roles y tareas, autoridad y poder, se establece un sistema de comunicación y coordinación, y criterios de evaluación y control de resultados*” (Bartoldi, 1991, pág. 18).

En este orden de ideas, las diversas organizaciones –empresas, cooperativas, universidades, etc. –deberían basar sus actividades en un plan de comunicaciones, pues en ellas, además de la faceta informacional, se presenta obviamente la comunicacional. La empresa es en realidad un conjunto heterogéneo de micro culturas que no se puede dirigir de manera uniforme y sumaria. “*La empresa debería establecer estrategias de comunicación que tengan en cuenta aspectos formales, informales, la incertidumbre y la posibilidad de cambio*” (Hennessey, 2003).

Los adelantos de las ciencias de la administración y de la comunicación han permitido integrar de manera sistémica los diferentes escenarios en los que actúan las organizaciones y/o empresas. Esta idea confirma que la comunicación es la médula espinal de la organización, más allá de una herramienta o estrategia, constituye el principal motor de las transformaciones que se dan al interior y exterior de ella.

En la medida que, la comunicación es considerada centro de la organización, sin una estrategia de comunicación bien articulada “*las empresas abren espacio para el fracaso*” (Páez & Fuenmayor, 2005), circunstancia que se agudiza en la sociedad del conocimiento, marcada por la globalización en los ámbitos económico, social y político (Corella & Reséndiz, 1998; Páez & Fuenmayor, 2005; Garrido, 2008). En este sentido, se deben administrar las empresas a la luz de la *Racionalidad Comunicativa* que, en oposición a la visión instrumentalista de la información que han asumido algunas empresas, ve la interacción humana, la expresión de intimidad en la reciprocidad con el otro, como un capital intelectual, fuente de riqueza, dentro de las empresas (Desiato, 1997; Martín, 1995-1999, Martín, 2005; Massoni, 2007).

Debido a que es un lugar privilegiado de procesamiento e intercambio de datos y relaciones, la empresa se sitúa en el centro de la evolución de las TIC, de las nuevas teorías y prácticas, de la informática y de la telemática, entre otros fenómenos. Por esta razón, sufre constantemente de problemas de relaciones interpersonales: entre empleados y directivos;

personal y clientes; en el seno mismo de los servicios. Se hace necesario entonces, que desde el plano político y administrativo determine, sin ignorar la comunicación informal que dentro de ella misma se da, sus políticas de comunicación: tener claro que información recibe y emite al exterior y al interior, que herramientas usa y hacia que público. En últimas, la organización debe identificar sus lineamientos organizacionales para, de allí, establecer estrategias de comunicación. *“Las empresas saben que la organización de sus unidades de trabajo implican la definición de circuitos de comunicación, interna y externa, esto es, la organización depende de la comunicación”*.(Bartoldi, 1991, págs.14-15).

Ahora bien, siendo escuetos, diversos autores han establecido dos ámbitos básicos de comunicación organizacional: la comunicación externa y la comunicación interna (Quintero & Saavedra, 2000; Robbins, 2004; Páez, Fuenmayor, 2005; Newstrom, Brito, Carrión & Quiñones, 2007) , la primera tendría que ver con el marketing, la visión y misión, la posición de la marca y las relaciones con los stakeholders y , la segunda, recorrería ascendente y descendentemente, así como, vertical y horizontalmente la organización, para establecer relaciones entre individuos, facilitar las funciones, tareas y toma de decisiones y permitir el desarrollo de nuevas ideas, productos, proyectos y mejoras de la organización (Goldhaber, 1994; Fernández, C. 1997).

Sin embargo, cabría preguntarse ¿son claras las fronteras entre una y otra categoría pensadas desde la perspectiva del receptor? ¿Acaso, en un momento dado, la comunicación interna no se hace externa y viceversa? ¿Cómo se puede medir si el alcance de un signo llega

hasta el cliente externo o el interno? Estos vacíos conceptuales se hacen más evidentes en instituciones que han no se han definido claramente como empresas y que involucran diferentes metas e intenciones relativas a lo humano, más allá de lucro, como lo son las universidades. Estas actualmente enfrentan el reto del cambio y en este sentido hacen esfuerzos *“hacia este propósito, pero hasta el momento la comunicación, y en especial las comunicaciones internas de que disponen, no satisfacen por completo los requerimientos de su público interno, ocasionando una falta de identidad sólida que garantice la difusión e interiorización de su misión, visión y valores”*. (Páez & Fuenmayor 2005) las universidades sufren de falta de una visión corporativa (identificación y proyección) tanto externa como internamente.

En este sentido, se hace necesario para las universidades, y por extensión para todas las organizaciones, de identificar, tomar conciencia, de los sistemas de relación externos e internos para así establecer políticas hacia los sistemas de información y comunicación, plan de comunicaciones, soportes, volumen, calidad y transmisión de la información. La universidad debe disponer de un sistema relacional que asegure el diálogo abierto y argumentado entre los miembros y partes empresariales, lo cual exige la presencia de un lenguaje común que sirva de nexo expositivo y de espacio de encuentro entre las posiciones. *“De este modo, la generación de conocimiento compartido se presenta de manera acomodada a las necesidades de la organización, de acuerdo a una correcta intervención sinérgica”* (Hennessey, 2003).

La universidad debe: forjar en su imagen externa e interna el carácter único que le otorga su filosofía y que se manifiesta en los mensajes y en la simbología (imagen), esto es, crear identidad; fomentar procedimientos para renovar sus estructuras periódicamente; fomentar una visión común por parte de todos los miembros de la organización; priorizar el factor humano.

Sobre todo, tener claros los dispositivos de comunicación (Bello, Bauza & Marañón, 2006) a usar: publicaciones internas, al medio externo; Indicadores de control; sondeos de opinión dentro de las empresas; estrategias de marca, políticas de medios de comunicación, procesos de administración de la información.

## **6.2 El emprendimiento en la enseñanza**

Desde los últimos treinta años, las teorías dadas acerca de emprendimiento han fundado determinados modelos adaptables en diferentes entornos aptos para desarrollar emprendimiento.

Según las últimas teorías acerca del emprendimiento en la enseñanza, algunos profesores plantean que se deben considerar dos cosas básicas para que sus programas tengan éxito: en primer lugar, realizar investigación y en segundo lugar, asegurarse de que los estudiantes entienden las bases teóricas y conceptuales que explique porqué algunos emprendedores tienen éxito y otros fracasan. (Timmons, 1997)

El interés en cuanto a la enseñanza de emprendimiento se ha incrementado notoriamente en los programas de administración de empresas en Estados Unidos. En 1971, solo 16 instituciones enseñaban emprendimiento, para 1997, eran 800. En la Kellogg School of Business, de la Universidad de Northwestern, en 1996, el 45 % de estudiantes del primer año expresaron un interés en la mención emprendimiento, comparados con el 30 % en 1995, 12 % en 1994 y 7 % en 1993. En respuesta incremento en la demanda decanos y profesores se reunieron para discutir cómo responder a ella. (Presentaciones en la primera conferencia de Centros de Emprendimiento. Maryland, 1997)

Dar clases de emprendimiento es un reto en el cual tanto el alumno como el profesor deben tener un alto compromiso, los profesores por su parte deben preparar la clase, preocuparse realmente por sus estudiantes, y motivarlos para que su experiencia en clase sea significativa para ellos, entre más exigente sea el profesor mejores resultados de la clase podrá obtener. En teoría, la enseñanza del emprendimiento hoy en día se basa en la creación y aplicación de modelos teóricos para explicar las razones por las cuales ciertas decisiones se toman y fomentar el emprendimiento como una manera de pensar y de actuar. (Timmons, 1997)

### **Herramientas para la enseñanza del emprendimiento**



Creación de un plan de empresas, contacto con la realidad y su interpretación, y análisis de casos, son las tres herramientas claves de enseñanza en los programas de capacitación para emprendedores.

Existen tres herramientas que se han utilizado con éxito en los programas de capacitación

### **1. El plan de empresas**

Un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (Fleitman, 2000)

\*\*Fleitman Jack, Negocios Exitosos, Mc. Graw Hill 2000.

### **2. El contacto con la realidad y su interpretación.**

Es importante tener contacto directo con emprendedores de tal manera, profesores y alumnos realicen su análisis respectivo lo cual podrá generar una gratificante experiencia.

### **3. los casos**

Los casos se refieren a análisis de situaciones presentadas para ilustrar una condición particular y fortalecer la toma de decisiones y el análisis. Reconocidos como una manera de promover el pensamiento estratégico, los casos fueron desarrollados inicialmente por el Harvard Business School para explicar la aplicación práctica de sus clases. Los casos

generalmente se complementan con lecturas de teorías para permitir una discusión nutritiva y promover el pensamiento estratégico. (V. Kasturi Rangan. 1996.)

## **6.3 Marco Institucional**

### **6.3.1 Historia de la Universidad de La Salle**

La Universidad de La Salle es una Institución de Educación Superior, de carácter privado, de utilidad común y sin ánimo de lucro. Se basa en una visión cristiana del hombre, del mundo, de la historia y del saber. Está reconocida por el Estado Colombiano, se rige por su propio Estatuto Orgánico y por lo estipulado en la Constitución Nacional y por la Ley 30 de 1992 y sus Decretos Reglamentarios.

Fue fundada por el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas (o Hermanos de La Salle) el 15 de noviembre de 1964. La Personería Jurídica le fue otorgada mediante Resolución No.0597 del 2 de febrero de 1965, expedida por el Ministerio de Justicia. Fue reconocida como Universidad mediante Decreto No. 1583 del 11 de agosto de 1975, expedido por el Gobierno Nacional.

Desde su fundación se ha esforzado por cumplir con calidad, eficiencia y reconocido prestigio la misión de ofrecer a la sociedad una alternativa de educación superior inspirada

en el Modelo Educativo Católico, que orienta el enfoque Pastoral del Claustro Universitario, caracterizado por su fundamentación científica y su amplio contenido humanístico y social.

Inició sus Labores Académicas en el primer semestre de 1965 con los Programas de Economía, Filosofía y Letras, Ingeniería Civil y las Licenciaturas en Química y Biología y en Matemáticas y Física. Hoy en día ofrece 29 Programas Académicos de Pregrado en diferentes áreas del conocimiento de los cuales 9 corresponden a Educación y 16 Programas Académicos de Postgrado de los cuales 3 son de Educación. Cuenta con 12.500 Estudiantes matriculados, quienes son atendidos por cerca de 900 Docentes y 570 personas de Administración y Servicios

Para el desarrollo de sus actividades académicas la Universidad de La Salle cuenta con tres (3) Sedes ubicadas estratégicamente en el Centro, en Chapinero y en el Norte de la ciudad de Bogotá, con un total aproximado de 70.000 metros cuadrados de construcción. En estas tres Sedes funcionan 217 Aulas de clase, 83 Laboratorios y Talleres, un Museo de Ciencias Naturales, una Clínica de Medicina Veterinaria, un Instituto de Investigaciones Optométricas, 3 Teatros con capacidad para acomodar 2.000, 1.000 y 600 espectadores, 8 Auditorios con cabida para 100 y 200 personas, así como 3 Iglesias, 3 Capillas, 4 Cafeterías, Canchas Deportivas y demás espacios para los Servicios de Apoyo Académico, de Bienestar Universitario y Áreas de Extensión y Administración

### **6.3.2 Apartes del proyecto educativo de la Universidad “PEUL”**

## **Nuestra identidad**

Somos una Universidad, Católica y Lasallista, fundada, orientada y dirigida por los Hermanos de las Escuelas Cristianas que a partir de un proyecto formativo inspirado en la tradición lasallista ofrece programas académicos de educación superior, realiza investigación con pertinencia e impacto social, y se proyecta socialmente con el objetivo de promover la dignidad y el desarrollo integral de la persona, la transformación de la sociedad, el fomento de la cultura y la búsqueda del sentido de la verdad.

## **Nuestra misión**

Nuestra misión es la educación integral y la generación de conocimiento que aporte a la transformación social y productiva del país. Así, participamos activamente en la construcción de una sociedad justa y en paz mediante la formación de profesionales que por su conocimiento, sus valores, su capacidad de trabajo colegiado, su sensibilidad social y su sentido de pertenencia al país inmerso en un mundo globalizado, contribuyan a la búsqueda de la equidad, la defensa de la vida, la construcción de la nacionalidad y el compromiso con el desarrollo humano integral y sustentable.

## **Nuestra visión**

Seremos reconocidos como una Universidad que se distingue por:

- ✓ La formación de profesionales con sensibilidad y responsabilidad social,
- ✓ El aporte al desarrollo humano integral y sustentable
- ✓ El compromiso con la democratización del conocimiento, y
- ✓ La generación de conocimiento que transforme las estructuras de la sociedad colombiana.

### **Historia de la facultad Ciencias Administrativas y Contables**

Por acuerdo No. 013 del 1 de octubre de 1970, el Consejo Directivo de la Universidad de La Salle, organizó la carrera de Administración de Empresas, con duración de cinco semestres, conducentes al título de “Técnico Administrativo”, dependiente de la Facultad de Economía. Se inició con 119 estudiantes a principios de febrero de 1971 y en el primer semestre de 1973 el Consejo Directivo sancionó con su aprobación la organización de diez semestres, de tal manera que para fines de 1975 terminó estudios la primera promoción.

En 1976, mediante Acuerdo No. 006 del 8 de Diciembre del Consejo Directivo de la Universidad De La Sallé, reestructura el plan de estudios diurno y nocturno. Esta determinación se dio previa autorización del Ministerio de Educación Nacional, promulgó la resolución No 9571 del 5 de noviembre de 1976, que aprobó por dos años el Programa y autorizaba a la Universidad a expedir el título de Administrador de Empresas. En el año 1982 mediante acuerdo No. 003 del Consejo Directivo del 15 de abril. El Postgrado en Administración al nivel de Magíster, nace a principios de 1977, en 1985, se hizo una revisión curricular definiéndose nuevas áreas académicas: Administrativa, Financiera, Matemáticas, Mercados, Económica y de Producción, aprobada mediante Acuerdo No. 010 del 31 de octubre de 1985, del Consejo Directivo. La actualización y

Modernización curricular se aprobó mediante el acuerdo No.018 del Consejo Directivo de la Universidad, el 4 de Octubre de 2001. Su implementación se inició el I ciclo académico del 2002 para los semestres I a V y en cada ciclo académico posterior, el nuevo Plan cubrió un semestre adicional hasta su implementación total. La elaboración de la propuesta “Actualización Curricular 2003” para el Programa, se inició formalmente en mayo de 2003. El programa inicia sus labores el primer ciclo de 1975, con una clara definición humanista, el Consejo Directivo de la Universidad en 1981 convierte el departamento de Contaduría Pública en Facultad. Al tiempo se hace necesaria la integración de asignaturas conjuntas entre las facultades de Contaduría Pública, Administración de Empresas y Economía. El 1 de marzo de 1995 la Confederación de Contadores Públicos de Colombia- CONFECOP otorga el “MÉRITO A SU NIVEL ACADÉMICO”, También la Nota Económica S.A., le concedió en octubre de 2002 el reconocimiento a “MEJORES PROGRAMAS DE PREGRADO EN COLOMBIA. EN GUÍA DE LAS MEJORES UNIVERSIDADES 2003”. El Ministerio de Educación Nacional el 3 de enero de 2005, otorga Registro Calificado por un término de siete años.

**Contaduría Pública:** El programa adquiere dinamismo internacional, a partir de su inscripción a dos importantes organizaciones: Iberoamérica con AECA y Asociación latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría (ALAFEC). A Partir de aquí se han establecido importantes convenios de que permiten el intercambio de conocimiento, investigaciones conjuntas, movilidad de profesores y estudiantes. Estos convenios han permitido que estudiantes avancen en la modalidad de semestres de intercambio, caso Universidad Austral de Chile y en el Marco del Foro Europeo con la Universidad de Navarra – España, para homologación de asignaturas con el MBAE. Estos convenios también

incluyen convenios con países de habla inglesa. Se establecen convenios internacionales con prestigiosas universidades, Universidad Carlos III de España, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Nacional de Buenos Aires, entre otras. Existe un creciente número de estudiantes, en el II ciclo de 2008 están matriculados 2627 estudiantes, de los cuales más del 80% son estratos 1 y 2, el programa de Contaduría Pública más grande del país. La Contraloría General de la República firma un convenio de capacitación, para el Control Ciudadano Participativo, en Recursos Fiscales.

La revista *gestión & sociedad* de la universidad de la Salle, actualmente no cuenta con historia ni antecedentes escritos y publicados por la editorial o la facultad a la cual pertenece. Se recomienda a futuros investigadores realizar esta labor.

## **7 Diseño metodológico**

A continuación se presentan los conceptos básicos utilizados en el diseño metodológico y a lo largo del presente proyecto.

### **7.1 Tipo de investigación**

Esta investigación es según (Tamayo y Tamayo , 1991), de tipo descriptiva y exploratoria, en el sentido que la descripción comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos según sea su propósito y en el sentido que “ilumina senderos, aparta obstáculos (...) describir hallazgos” (CADENAS, 1991); que metodológicamente privilegia las prácticas cualitativas, en la medida que describe situaciones, interacciones, personas, acciones y eventos que son

observables y da cuenta de creencias, pensamientos, actitudes, experiencias, etc. de los participantes (Gonzalez & Rodríguez, 1991)

### **7.1.1 Enfoque investigativo**

La investigación es de tipo cualitativa documental, se eligió este tipo de investigación por que basa el desarrollo de la investigación en herramientas interpretativa, contextual y etnográfica a partir del análisis de documentos en los cuales se revelan experiencias de vida (Vasilachis, 2006), en este caso, el registro de la historia de vida de los estudiantes y egresados de la Universidad.

## **7.2 La investigación documental**

Es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie tales como, las obtenidas a través de fuentes bibliográficas, hemerográficas o archivísticas; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en archivos como cartas oficios, circulares, expedientes, etcétera. (Enciclopedia Humanet, 2015)

### **7.2.1 Instrumentos de recolección y análisis de la información**



Para el presente proyecto, cuyo propósito principal es promocionar y divulgar la historia del programa de Contaduría Pública de la Universidad de La Salle a lo largo de sus 40 años, se utilizó el video, la revisión documental de escritos propios de la Universidad de La Salle, la cual aporta y muestra la información necesaria para poder conocer y profundizar acerca de las historias del programa de Contaduría Pública, paralelamente, permite conocer la percepción que tienen los estudiantes y profesores sobre los aspectos que influyeron en el proceso de creación y sostenimiento del programa en la Universidad.

### 7.3 Población y muestra

- **Población:** los beneficiarios de la muestra histórica fueron los Estudiantes, profesores y egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle que participan visitando la muestra histórica.
- **Muestreo intencionado:** este proceso no incluyó una selección específica de personas ya que consistía en realizar una investigación de tipo documental y práctica, los beneficiarios directos de la actividad fue la comunidad académica alrededor del programa de Contaduría Pública presentes en Mayo de 2015.

### 7.4 Fuentes primarias y secundaria

**Primarias:** documentos como el Informe de Autoevaluación con Fines de Acreditación, DM Registro Calificado 08082011, el sitio web de la Universidad de La Salle, una serie de objetos

que datan desde 1920 hasta 2015 que sirvieron para realizar la muestra y el video promocional

**Secundarias:** Los artículos y libros citados en la bibliografía.

## 8 Video

Desde esta perspectiva, el objetivo número uno se encarga de registrar en un formato de video la promoción de la muestra histórica del programa generando expectativa en los estudiantes y egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contable.

Los objetivos de tercer orden para desarrollarlo serían los siguientes:

- Seleccionar el tema que será representado en el video de promoción de la muestra histórica.
- Acondicionar las instalaciones donde se rodara y grabara el video.
- Preparar un guion y determinar el estilo del video.
- Ir a grabar el video para dar a conocerlo y generar expectativa acerca de la muestra histórica.

El video trata de una niña que inicia a estudiar Contaduría Pública en la Universidad de La Salle, la cual tiene inseguridades y está empezando a tomar las riendas de su vida, muestra su primer trabajo como auxiliar contable, en el cual debe desempeñar muchos trabajos a la vez, a medida que va avanzando en los semestres va cambiando su vida a nivel personal y profesional, hasta llegar a ser una Contadora Publica y obtener un trabajo como

profesional, su trabajo se desarrolla en asambleas, de esta manera su vida se torna más completa y feliz llegando a enamorarse y casarse.

La Estudiante de Contaduría Pública fue interpretada por Paola Guarín estudiante de primer semestre y la contadora Publica profesional fue interpretada por Aide Palacios, estudiante de decimo semestre.

Para la grabación del video utilice ropa de los años 80, camisas estampadas con flores, pantalón bota campana, zapatos de plataforma, en el cabello use un listón grueso y cabello suelto con crespos.

El video está acompañado por una musicalización de los años 70 haciendo alusión al año en el que inicia el programa de Contaduría Publica en la Universidad de La Salle.

El resultado del anterior trabajo realizado se puede evidenciar ingresando en el siguiente link:

[www.youtube.com/watch?v=s4sfrYotYtM](http://www.youtube.com/watch?v=s4sfrYotYtM)

## **9 Investigación histórica documental**

Después de consultar documentos institucionales, como lo son el Informe de Autoevaluación con Fines de Acreditación, DM Registro Calificado 08082011, así mismo consultar el sitio web de la Universidad de La Salle, y consultar en la Biblioteca de la Universidad de La Salle, libros correspondientes a la historia de la Universidad, como lo son Universidad de la Salle: 50 años para pensar, decidir y servir, Historia de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle, (1973-1988) se logró obtener

una historia más completa del programa de Contaduría Pública de la Universidad de La Salle desde su creación.

## **HISTORIA DEL PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE**

El programa de Contaduría Pública fue creado el 4 de Diciembre de 1974, cuando el Instituto Colombiano para el fomento de la Educación Superior, ICFES, concedió la licencia de iniciación de labores mediante el acuerdo 211; tan sólo unos días después, el Consejo Directivo de la Universidad de La Salle crea la carrera de Contaduría Pública, con una clara definición humanística y una duración de diez (10) semestres, por medio del acuerdo 004 del 12 de Diciembre de 1974. El programa inicia sus actividades a partir del primer ciclo académico de 1975,

El 17 de noviembre de 1977 se concede licencia de funcionamiento por dos años, gracias a esto y buscando ajustar el programa a las necesidades del profesional en contaduría pública el 17 de Diciembre de 1977 a través del acuerdo 008, el consejo directivo realiza cambios en el plan de estudios inclinándolo hacia las prácticas enfocadas en los aspectos del control financiero.

Mediante el acuerdo No. 089 del 19 de Mayo de 1980, nuevamente se extiende la licencia de funcionamiento del programa por cinco (5) años más, este mismo año el ICFES aprobó el programa y la expedición de títulos profesionales gracias al acuerdo 089 de 1980.

Para lograr la implantación de las unidades de labor académica ULAS, el consejo directivo de la universidad reestructura el plan de estudios por segunda vez en la historia del programa mediante el acuerdo 017 del 27 de mayo de 1981. Cuando se creó el programa, este fue adscrito a la Facultad de Administración de Empresas. El acuerdo 11 del 3 de Diciembre de 1981 transforma el programa de contaduría pública en Facultad de Contaduría Pública lo que hace necesaria la integración de asignaturas conjuntas entre las facultades de Contaduría Pública, Administración de Empresas y Economía.

En búsqueda del fortalecimiento de la formación interdisciplinar; el reforzamiento de las áreas económica, administrativa, jurídica y financiera y la inclusión de la formación en lengua extranjera, el consejo directivo se ve en la obligación de ajustar el plan de estudios a través del acuerdo 006 del 15 de abril de 1982.

La resolución 010 del 8 de noviembre de 1984, expedida por el consejo directivo, reestructura nuevamente el plan de estudios a partir del VII semestre con el propósito de estar acorde con la evolución económica del país pues es necesario que el contador lasallista este bien preparado en fundamentos profesionales en las áreas de costos, auditoria, sistemas y tributaria.

El 13 de junio de 1985, por acuerdo No. 963, se prorroga por un año más la licencia de funcionamiento de la facultad, este mismo año, el consejo directiva modifica una vez más el plan de estudios mediante acuerdo 009 del 13 de Octubre, con el fin de promover la

integración de asignaturas básicas y de humanidades entre las áreas de las carreras de negocios. Esta estructura estableció un ciclo básico en los primeros semestres para las tres facultades (Administración de Empresas, Economía y Contaduría Pública), que permitió a los estudiantes cursar materias de su carrera en las otras dos facultades. Con ello se facilitó para los estudiantes conformar sus horarios de cada semestre y se permitió la integración de las disciplinas de las ciencias económicas, contables y administrativas.

La resolución No. 001324 del 29 de julio de 1986, prorroga la Licencia de Funcionamiento hasta diciembre de 1988, al año siguiente el 14 de junio por medio de la resolución 14C, el comité de coordinación de la Universidad aprobó un nuevo plan de estudios para la carrera.

Mediante la resolución No. 02915 del 23 de noviembre de 1988, la aprobación del programa es renovado de nuevo hasta el 31 de Diciembre de 1995. En este año, el programa recibe su primera condecoración como reconocimiento a su nivel académico: el 1 de Marzo de ese año, la Confederación de Contadores Públicos de Colombia otorga el “Merito a su nivel Académico”. Años después, en octubre de 2002, la revista Nota Económica S.A., le concedió el reconocimiento a “MEJORES PROGRAMAS DE PREGRADO EN COLOMBIA. EN GUÍA DE LAS MEJORES UNIVERSIDADES 2003”.

El consejo directivo de la Universidad de La Salle decide actualizar y modernizar el programa académico de Contaduría Pública, para esto, se conformó un grupo de reflexión curricular en el que participaban la Decanatura, la secretaria académica, la coordinación de

las seis áreas del plan de estudios y los profesores de la facultad, el plan definido, y posteriormente aprobado, flexibilizó los contenidos, para formar un contador público que respondiera satisfactoriamente a las exigencias del siglo XXI y que abarcaba tanto el ámbito nacional como internacional; adicionalmente, se estableció que el programa tendría dos jornadas: una diurna y otra nocturna y que los cupos autorizados para la jornada diurna serían de 150 y para la nocturna de 200. Todo esto fue aprobado a través del acuerdo 012 del 4 de Octubre de 2001.

Para evitar confusiones en los estudiantes e ir implementando las nuevas políticas se consideró que el primer semestre académico del 2002, sería de transición con el fin de articular el plan de estudios antiguo con el nuevo, ya que este último establecía un enfoque integral, el nuevo sistema de créditos, daba flexibilidad en su desarrollo, electividad, desarrollo de competencias, promoción y profundización en la investigación. Teniendo en cuenta los resultados logrados durante este periodo de transición, en julio de 2003, el consejo directivo de la universidad establece el sistema de créditos para los programas de pregrado a partir del primer semestre de 2004, durante este año se realizó la visita de pares externos designados por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA).

Este mismo año, con base en estos reconocimientos y a la confianza adquirida por la experiencia acumulada el consejo directivo autoriza al rector a presentar al Consejo Nacional de Acreditación la documentación pertinente de condiciones iniciales del Programa

Académico de Contaduría Pública para su acreditación de alta calidad; en el 2004 el CNA consideró que el programa aún no estaba preparado para ser considerados de alta calidad

Basados en los comentarios y sugerencias dadas, y por supuesto en la búsqueda de la excelencia en el programa a partir del segundo semestre de 2005, se conforman los grupos y comités que se encargaran de buscar el mejoramiento continuo, estos primeros comités fueron Comité de Currículo, Proyección Social, Investigación y Docencia; con el mismo propósito se inicia la búsqueda de convenios de intercambio tanto nacionales como internacionales.

Ya en el 2006, por iniciativa de la Facultad, se crea el seminario de Docentes, para darle espacio a la reflexión y el debate sobre los asuntos que tienen que ver con la vida académica. La Universidad considera importante profundizar en la cultura general de sus estudiantes y define un canon de textos significativos que apoyen y se puedan trabajar en el programa, adicional fortalece la lectura y apoya la política de conocimiento de una segunda lengua, con inclusión de material en idioma extranjero inglés.

Durante el periodo 2005 – 2007 la facultad realiza seguimientos constantes a aquellos estudiantes que por diferentes motivos se encontraron en riesgo académico, en el camino se fueron desarrollando planes para apoyarlos y se asignaron profesores para ofrecer tutorías permanentes y realizar el seguimiento académico, todo esto siempre respetando la autonomía



y la privacidad del estudiante, pues esto se aplicada a cada estudiante siempre y cuando este se acogiera al proceso.

A partir del 2008, año en el cual se plantean y comienzan los grandes saltos cualitativos para la Institución en cumplimiento de los lineamientos descritos en el PEUL 2007, se inicia el proceso de redimensionamiento curricular, el cual consiste en el ajuste de los currículos de todos los programas con el propósito de responder a los nuevos contextos nacionales e internacionales. Esta iniciativa cobra sentido, además, a partir de la reforma a las unidades académicas (Facultades y Departamentos), que realizó la Universidad con el ánimo de agrupar a programas que antes constituían facultades por sí mismos, pasando de un total de 21 Facultades a sólo ocho. Para el caso de Contaduría Pública, éste pasa de ser Facultad a configurarse como parte de la nueva Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, compartiendo con el Programa de Administración de Empresas, la Especialización en Gerencia de Mercadeo y la Maestría en Administración.

La nueva Unidad Académica ha permitido la articulación de procesos en torno a la flexibilidad, la interdisciplinariedad y la movilidad entre sus programas favoreciendo el dialogo académico entre profesores y estudiantes, facilitando el tránsito de profesores y estudiantes en espacios académicos de interés común, fortaleciendo estas reformas se hace la adquisición de bibliografía en lengua extranjera y configurando unicidad de criterios respecto a los asuntos de orden administrativo

En el II ciclo de 2008 el creciente número de estudiantes, 2627 matriculados, de los cuales más del 80% son estratos 1 y 2, convierte el programa de Contaduría Pública en el más grande del país y en una de las que mayor educación de calidad ofrece a las clases populares. En este año, la Contraloría General de la República firma un convenio de capacitación con la universidad de La Salle, respecto al Control Ciudadano Participativo, en Recursos Fiscales.

El Programa definió en su redimensionamiento curricular en 2009 algunos de sus valores agregados en armonía con las dinámicas profesionales de los últimos años y en correspondencia con aquellas apuestas institucionales que demarcan oportunidades para lograr identidad en el medio y apropiación dentro de la comunidad académica, por su intención de dar respuesta a las demandas sociales y el cumplimiento de la misión institucional. En este sentido, su objeto de estudio y su apuesta se direccionó hacía asuntos tan importantes como la formación integral, la interdisciplinariedad, la flexibilidad y la investigación, las cuales, marcan una nueva dinámica del Programa para los próximos años y una serie de retos permanentes para los miembros de su comunidad educativa.

En el 2012, se cuenta ya con grupos de investigación categorizados y/o reconocidos por Colciencias y la Universidad tales como: GAO, Gestión. Administración y Organizaciones, Contabilidad en un entorno socio-económico globalizado; Emprendimiento y gestión de empresas de familia; Des-Unisalle; Ethos; Responsabilidad, Rendición de Cuentas y Transparencia y (Grupo de Investigación y responsabilidad Social y ambiental)

GIRSA. También se evidencia la publicación de libros, artículos en revistas nacionales e internacionales, ponencias y materiales derivados de investigación y de reflexión del grupo de profesores, tales como los apuntes de clase. Se cuenta con la Revista Gestión & Sociedad, indexada en categoría C de Colciencias. La investigación ha derivado productos que se han presentado en eventos nacionales e internacionales, favoreciendo la interacción con otras comunidades académicas y el diálogo interdisciplinario. Se estimula la investigación formativa y la conformación de semilleros de investigación.

También se evidencian logros en el fortalecimiento de los niveles de cualificación docente con formación en maestría y doctorado. Se ha modificado el plan de estudios, a partir de la revisión y evaluación de las tendencias y desarrollos de la disciplina y la profesión en Colombia y el mundo, a la vez que se han incorporado ámbitos del ejercicio profesional poco desarrollados pero promisorios, tales como la transparencia, la rendición de cuentas, los asuntos ambientales y los mecanismos de evaluación control del fraude. Se ha trabajado en el afianzamiento de la segunda lengua (inglés), a través de los syllabus. Se han tenido avances de los procesos de doble titulación y movilidad hacia otras instituciones nacionales e internacionales.

Desde el 2012, el programa adquiere dinamismo internacional a partir de su inscripción a dos importantes organizaciones: Iberoamérica con AECA y Asociación latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría (ALAFEC). A Partir de aquí se han establecido importantes convenios de que permiten el intercambio de conocimiento, investigaciones conjuntas, movilidad de profesores y estudiantes. Estos convenios han permitido que estudiantes avancen en la modalidad de semestres de intercambio, caso

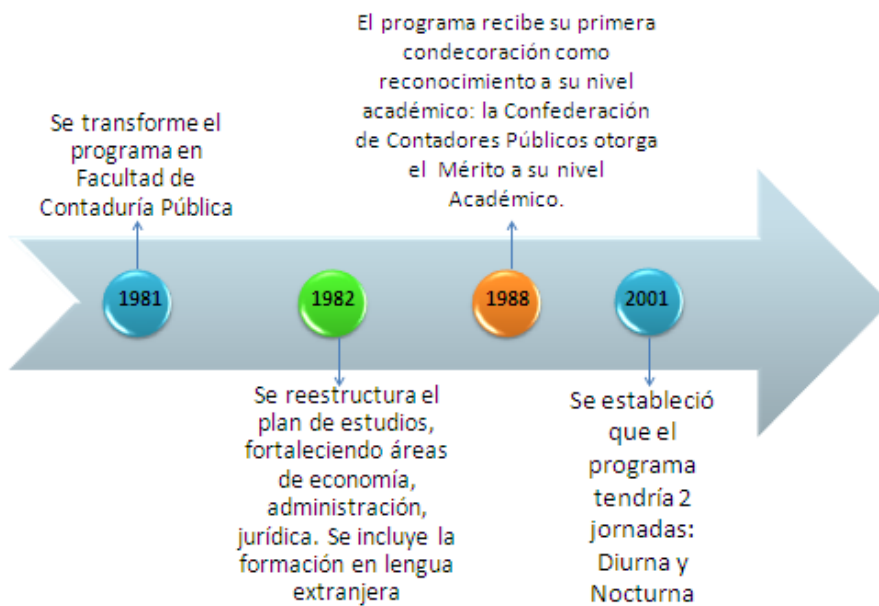
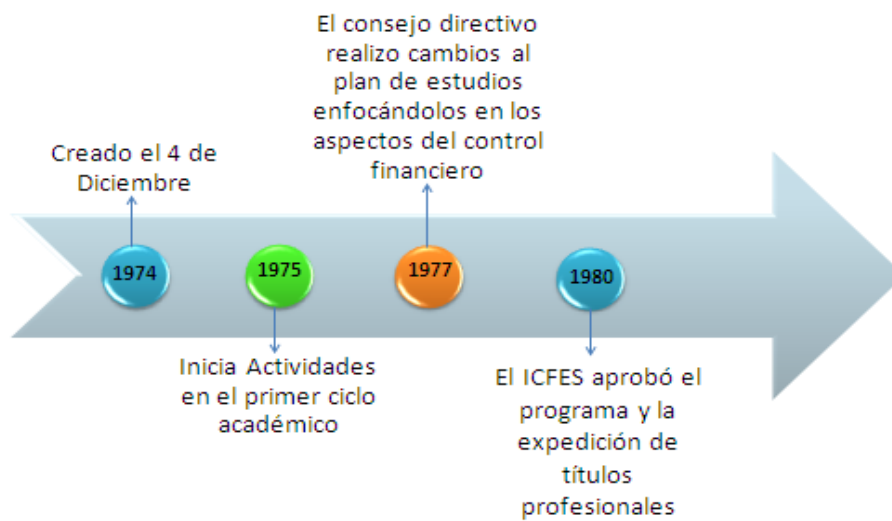
Universidad Austral de Chile y en el Marco del Foro Europeo con la Universidad de Navarra – España, para homologación de asignaturas con el MBAE. Estos convenios también incluyen convenios con países de habla inglesa. Se establecen convenios internacionales con prestigiosas universidades, Universidad Carlos III de España, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Nacional de Buenos Aires, entre otras.

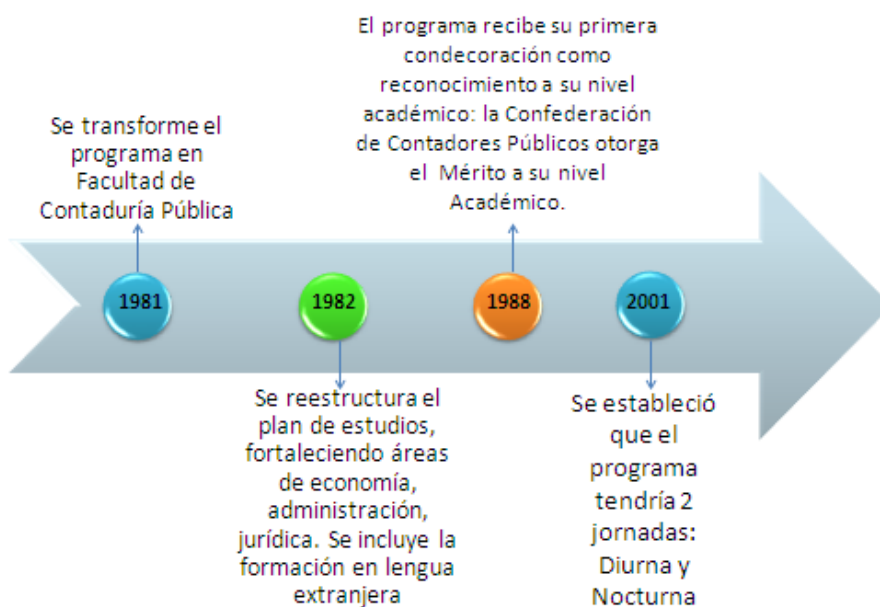
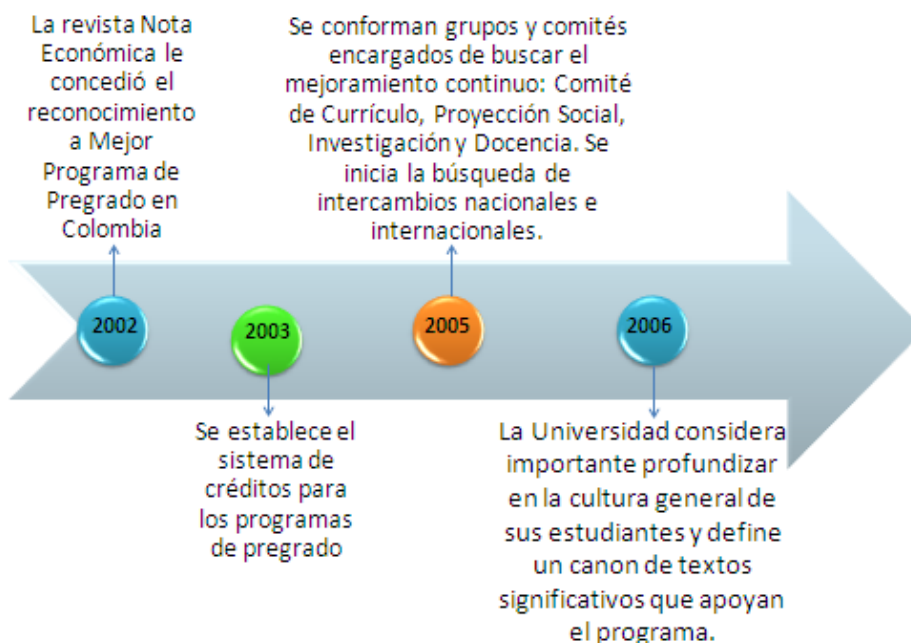
Finalmente y como resultado del trabajo arduo del Consejo Directivo, del área administrativa de la Facultad, de los profesores y de los estudiantes, se recibe el 23 de Mayo de 2014 la Acreditación de Alta Calidad emitido por el Consejo Nacional de Acreditación y el Ministerio de Educación, por 6 años.

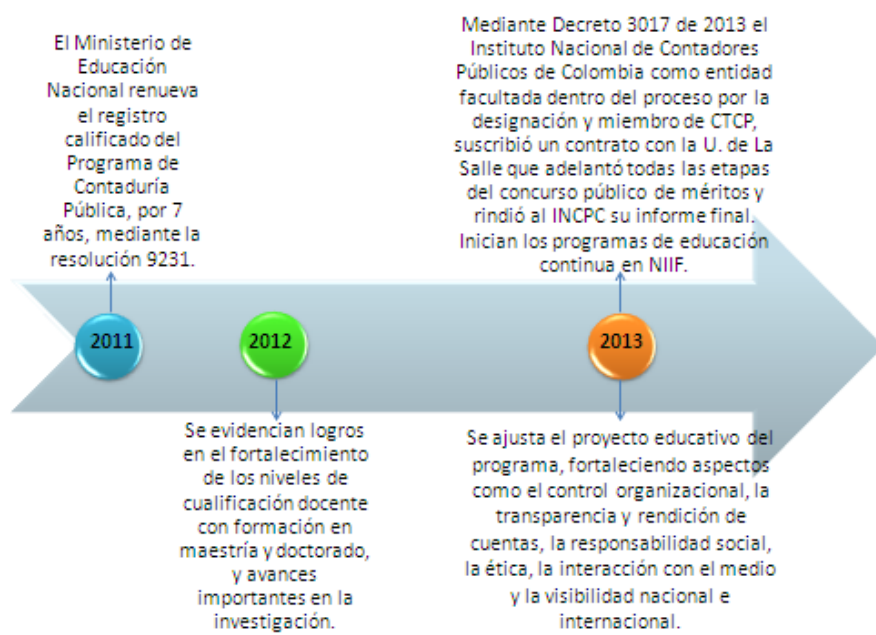
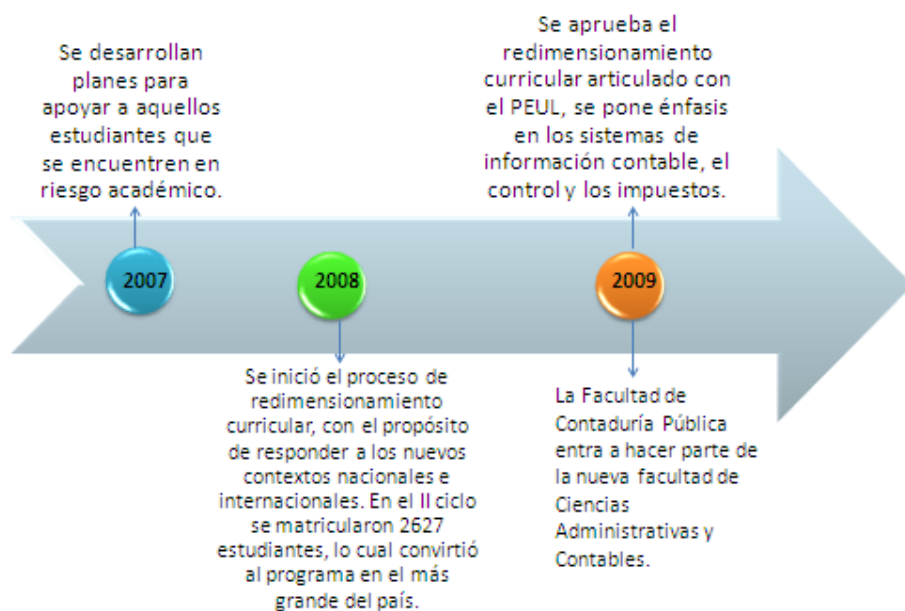
## **9.1 La línea del tiempo**

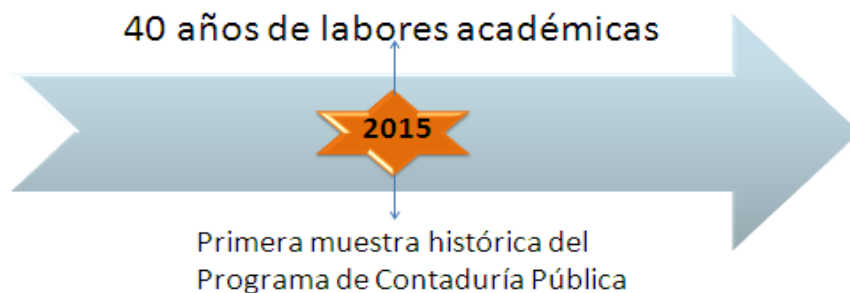
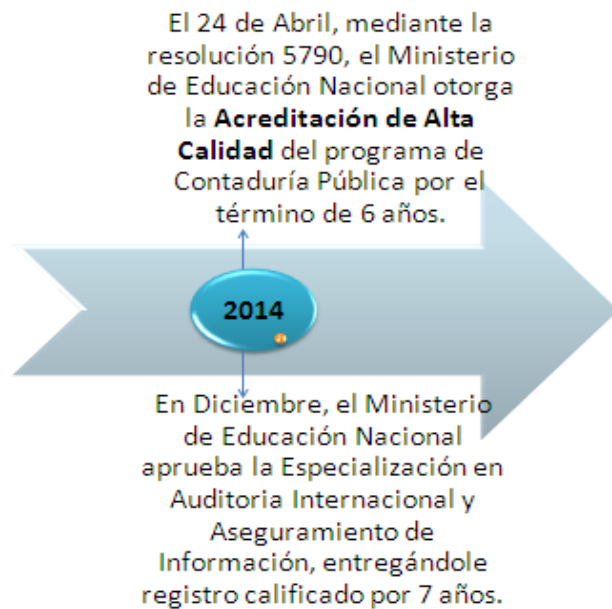
La línea de tiempo tiene cuatro partes: el eje sobre el que se marcan los datos (que puede ser una línea o una barra rectangular), los años que se marcan para indicar la escala, los periodos históricos y los acontecimientos señalados con líneas.

En este proyecto se realizó la línea de tiempo para contar la historia del programa de contaduría Pública.









## 10 Apoyo Logístico durante el evento

Durante el desarrollo de este objetivo específico se realizaron diferentes reuniones los días jueves de cada semana durante el mes de febrero, en las cuales asistimos todas las



personas que íbamos a trabajar en el desarrollo y ejecución de la muestra histórica del programa de Contaduría Pública, en estas reuniones se discutían temas como la fecha de la muestra, el lugar, los objetos que se debían usar, la información que se iba a exponer, el diseño de las líneas de tiempo, y las demás actividades que se iban a desarrollar en durante la muestra.

La fecha definida para la realización de la muestra histórica fue los días 11, 12 y 13 de Mayo, el evento inicia con un partido de micro futbol, el cual busca la integración entre administrativos, docentes y estudiantes del programa, seguido a esto se abre el salón de eventos donde está expuesta la muestra histórica y queda abierta durante los 3 días seguidos para que todos puedan ingresar y disfrutar de la exposición de objetos, líneas de tiempo, video, música acorde a los momentos que se están presentando.

Al día siguiente se espera la participación masiva de los estudiantes especialmente los del programa de Contaduría Pública debido a que se ofrecerá una torta en honor al día del Contador.



Ilustración 1

Fuente: Autoría Propia

Los primeros estudiantes en recibir la torta fueron los de la jornada de la Tarde y a las 7:30 se ofreció la torta a los estudiantes de la jornada nocturna para que así todos puedan disfrutar del evento.



Ilustración 2

Fuente: página de Facebook del programa de Contaduría Pública (Grupo Soy Contador Lasallista y quiero acreditar mi programa, 2015)

Durante los tres (3) días, se estuvo apoyando el desarrollo del evento brindando información con respecto al video de expectativa, complementando información en algunos aspectos de la línea del tiempo del programa de Contaduría Pública y colaborando en diferentes actividades logísticas que el desarrollo del evento demandaban inmediatamente.

Finalizando la jornada del día 13 de Mayo, en compañía de otros pasantes y con el apoyo del Director Gerardo Santos, el Director de Pasantía Nelson Molina, y del profesor Omar Sierra se procedió a seleccionar algunos objetos y elementos que se dejarían por dos (2) días más expuestos al público, los otros elementos se llevarían a la facultad de Contaduría Publica para ser expuestos allí.

Finalmente el día sábado 16 de mayo, se alza la exhibición de la muestra histórica y así podemos llegar a concluir con un trabajo en equipo de varios meses.

## 11 Conclusiones

Con la realización de la Muestra Historia se pretendía dar a conocer de una manera más cercana y en un ambiente ameno el desarrollo y la evolución que ha tenido la profesión y el programa de Contaduría Pública de la Universidad de La Salle.

Teniendo en cuenta los resultados y comentarios realizados por parte de profesores y estudiantes que fueron participes de manera voluntaria en el evento y teniendo en cuenta los objetivos planteados en este trabajo puedo concluir que

El video promocional causó el efecto deseado ya que muchos de los espectadores y asistentes a la muestra ya que se acercaron a realizar comentarios positivos y preguntas acerca del video, como por ejemplo porque eran dos personas diferentes las que habían grabado si era una contadora, cuando fue grabado, que oficina se usó, quien estaba detrás de cámaras.

Con respecto a la línea del tiempo del programa, esta proporcionó información importante y clave de una manera diferente a todas aquellas personas que asistieron al evento.

Después de haber analizado el desarrollo de la muestra histórica y teniendo en cuenta los comentarios positivos y negativos de los asistentes, puedo concluir que en eventos donde

se convoca a toda una comunidad se puede evidenciar la falta de apoyo de algunos pocos, profesores que no permitían que parte de su clase se usara para que los estudiantes pudieran participar de esta muestra, así como estudiantes que decidieron no participar. Sin embargo el evento conto con gran asistencia la cual se puede constatar al revisar el libro de asistencia, el cual cuenta con aproximadamente quinientos asistentes entre profesores, estudiantes y administrativos.

En resumen se concluye que la muestra histórica es un método de comunicación eficaz y diferente que puede usar la Universidad de La Salle para dar a conocer su historia y evolución a lo largo de los años, al mismo tiempo que genera participación y colaboración de toda la comunidad lasallista, de igual forma se genera sentido de pertenencia y respeto a la institución y a esta bonita profesión de ser Contador Público.

## **12 Bibliografía**

Algarra, M. M., & Wolf, M. (2003). Teoría de la comunicación: una propuesta. Temas, 1, 6.

Andrade, H. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica. Netbiblo SI.

Bartoldi, A. (1991). Comunicación y organización la organización comunicante y la comunicación organizada Barcelona Paidós Ibérica

Bello, A., Bauza, E., & Marañón, E. (2006). La comunicación interna como proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria. Revista Iberoamericana de educación, 40(5), 2.

Biblioteca Digital Repositorio Institucional . (06 de Noviembre de 2012). Obtenido de Biblioteca Digital Repositorio Institucional : <http://www.bdigital.unal.edu.co/8394/>

Carretero, M. (1998). Procesos de enseñanza y aprendizaje. Buenos Aires: Aique.

Cerda (2007) La investigación formativa en el aula, la pedagogía como investigación. Bogotá: Magisterio

CES Medicina (2010 ) Criterios de evaluación de Artículos Recuperado el 2 de Abril de 2010, de

<http://bdigital.ces.edu.co/ojs/index.php/medicina/article/view/18/10>

Colciencias . (13 de Febrero de 2014). Obtenido de Colciencias : [http://www.colciencias.gov.co/producto\\_servicio/indexacion-y-homologacion-de-publicaciones-seriadas-de-cti](http://www.colciencias.gov.co/producto_servicio/indexacion-y-homologacion-de-publicaciones-seriadas-de-cti)

Cuevas & M. Mestanza (2006) LA evaluación científica y el sistema de evaluación por pares. Boletín CSI No 46

Colciencias. (21 de Abril de 2014). Obtenido de Colciencias:  
<http://www.colciencias.gov.co/glosario>

Conceptos Estratégicos Clave . (21 de Abril de 2014). Obtenido de Conceptos Estratégicos Clave : <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>

Consejo Nacional De Acreditación . (21 de 04 de 2014). Obtenido de Consejo Nacional De Acreditación : <http://www.cna.gov.co/1741/article-186793.html>

Corella, M. & Reséndiz, C. (1998). El poder de la comunicación en las organizaciones. Asociación mexicana de Comunicadores Organizacionales.

CREA. (12 de Febrero de 2014). Obtenido de Centro De Recursos Para La Escritura Académica Del Tecnológico De Monterrey : [http://sitios.ruv.itesm.mx/portales/crea/planear/como/articulo\\_divulgacion.htm](http://sitios.ruv.itesm.mx/portales/crea/planear/como/articulo_divulgacion.htm)

Cruz Sandoval, J., & others. (2004). La crisis y su influencia en las estrategias de comunicación organizacional. Recuperado a partir de HYPERLINK "http://www.tdx.cat/handle/10803/4120" <http://www.tdx.cat/handle/10803/4120>

Definición De . (21 de Abril de 2014). Obtenido de Definición De: <http://definicion.de/texto-cientifico/>

Definición De. (21 de 04 de 2014). Obtenido de Definición De : <http://definicion.de/revista/#ixzz2zZ0Rp0b9>



Definición.MX. (01 de Abril de 2014). Obtenido de Definición.MX:  
<http://definicion.mx/articulo-de-divulgacion/>

Desiato, M. (1997). Racionalidad comunicativa y empresa. Revista comunicación # 99, 50-54.

Diccionario de la Real Academia de La lengua Española (2010) Disponible en HYPERLINK "<http://buscon.rae.es/draeI/>" <http://buscon.rae.es/draeI/> Recuperado el 18 de agosto de 2010

El perfil de las revistas españolas de comunicación (2007-2008). (2010). Revista española de Documentación Científica, 553-581.

El Resumen . (01 de 04 de 2014). Obtenido de El Resumen :  
<http://genesis.uag.mx/edmedia/material/DHA/UNIDAD%20IV/EL%20RESUMEN.pdf>

e-prints in Library & Information Science. (20 de julio de 2010). Obtenido de e-prints in Library & Information Science: [http://eprints.rclis.org/15383/1/aa\\_20.pdf](http://eprints.rclis.org/15383/1/aa_20.pdf)

Fernández, C. (1997). La Comunicación en las Organizaciones. México. Editorial Trillas.

Florez(1997) Hacia una pedagogía del conocimiento. Editorial Ma Graw Hill

Garrido, F. (2008). Comunicación de la Estrategia. Ediciones Deusto, Barcelona.

Goldhaber, G. (1994). La comunicación organizacional. México. Editorial Diana.

Hamburger (2009) Artículos científicos y reseñas bibliográficas: su producción para revistas académicas nacionales. Técnicas de Expresión oral y escrita. Bogotá: Universidad de la Salle

Hatton, A., & Jockl, A. (2000). La guía definitiva del plan de marketing: la vía rápida y más inteligente para elaborar un plan de marketing. Financial Times, Prentice Hall. Recuperado a partir de <http://en.scientificcommons.org/6993362>

Hennessey, G. (2003). El proceso enseñanza-aprendizaje de la comunicación organizacional. Un proceso de formación de consultores basado en un modelo de una acciónreflexión empresa-aula y el aprendizaje autónomo. Razón y palabra, (32).

Hipertext. Net. (01 de 02 de 2012). Obtenido de Hipertext. Net: <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-10/retos-revistas-en-acceso-abierto.html>

Ingeniería industrial Universidad De Chile. (24 de Abril de 2014). Obtenido de Ingeniería industrial Universidad De Chile: <http://www.eeuchile.cl/2011/09/28/universidad-de-chile-septima-en-ranking-webometrica/>

Joffre, P. & Koenig, G.(1985). Strategie d'entreprise.L' antimanuel, París: Económica

Kundzewicz, Zbigniew W. & Koutsoyiannis, Demetris (2005) 'Editorial The peer-review system:prospects and challenges', Hydrological Sciences Journal, 50: 4, 577 — 590 edford, G. E. (1991). The design of skill-based pay plans. The Compensation Handbook, Rock and Berger (Eds), McGraw Hill, New York, 199–217.

La Gran Enciclopedia Ilustrada del proyecto Salón Hogar (01 de Abril de 2014). Obtenido de: La Gran Enciclopedia Ilustrada del proyecto Salón Hogar [http://salonhogar.net/Salones/Espanol/4-6/Texto\\_argumentativo.htm](http://salonhogar.net/Salones/Espanol/4-6/Texto_argumentativo.htm)

La Escritura Académica a Nivel superior . (12 de Febrero de 2014). Obtenido de La Escritura Académica a Nivel superior : [http://www.iiicab.org.bo/Docs/doctorado/dip3version/M3-3raV-Rascarrunz/3La\\_escritura\\_academica\\_en\\_el\\_nivel\\_superior.pdf](http://www.iiicab.org.bo/Docs/doctorado/dip3version/M3-3raV-Rascarrunz/3La_escritura_academica_en_el_nivel_superior.pdf)

Lista de comprobación (checklist) abreviada para la evaluación de artículos de investigación biomédica básica Medicina Clínica Barcelona 2003;121 (6):228-30 36

Martín, F. (1995). Comunicación en empresas e instituciones. De la consultora a la dirección de comunicación (Vol. 56). Ediciones Universidad de Salamanca.

Martín, I. (2007). Retos de la comunicación corporativa en la sociedad del conocimiento: de la gestión de información a la creación de conocimiento organizacional. Signo y pensamiento, 26(51), 52–67.

Martín F. (1999). Comunicación empresarial e institucional. Madrid, Editorial Universitas.

Massoni, S. H. (2007). Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido. Homo Sapiens Ediciones-Rosario, Argentina.

Murga, M. (2005). La escritura académica. Alfabetización y discurso científico. Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas (INSIL), Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.

Newstrom, J. Brito, M. Carrión, M. & Quiñones, A. (2007). Comportamiento humano en el trabajo. McGraw-Hill.

Páez, A., & Fuenmayor, J. (2005). Paradigmas sobre Gestión Comunicacional en el Ámbito Universitario. Razón y Palabra, 10(43).

Portal Revistas Peruanas . (30 de Junio de 2009). Obtenido de Portal Revistas Peruanas :  
[http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S1562-47302009000200003&script=sci\\_arttext](http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S1562-47302009000200003&script=sci_arttext)

Quintero Chávez, W., & Saavedra, E. J. (2000). La Comunicación Organizacional en la empresa CEFA de Nicaragua durante el segundo semestre de 1999. UCA.

Ramos-Álvarez (2006) Criteria of the peer-review process for publication of experimental and quasiexperimental research in Psychology International Journal of Clinical and Health Psychology 2006, Vol. 6, N° 3, pp. 773-787

Ranking de revistas científicas en Latinoamérica mediante el índice h: estudio de caso Colombia. (01 de 02 de 2013). Obtenido de Ranking de revistas científicas en Latinoamérica mediante el índice h: estudio de caso Colombia:  
<http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewArticle/773>

Real Academia Española . (21 de Abril de 2014). Obtenido de Real Academia Española :  
<http://lema.rae.es/drae/?val=articulo+academico>

Real Academia Española . (21 de Abril de 2014). Obtenido de Real Academia Española :  
<http://lema.rae.es/drae/?val=articulo+academico>

Real Academia Española. (21 de Abril de 2014). Obtenido de Real Academia Española :  
<http://lema.rae.es/drae/?val=articulo+academico>

Resolución 001 de enero de 2009 por la cual se reglamentan los procesos editoriales  
Recuperado el 2 de Abril de 2010, de HYPERLINK "http://www.lasalle.edu.co"  
<http://www.lasalle.edu.co>

Revista Adversia (2006) Criterios de evaluación de ponencias. Medellín: Universidad de Antioquía.

Revistas Cientificas Electronicas . (12 de Febrero de 2014). Obtenido de Revistas Cientificas Electronicas : [http://www.erevistas.csic.es/especial\\_revistas/revistas13.htm](http://www.erevistas.csic.es/especial_revistas/revistas13.htm)

Robbins, S. P. (2004). Comportamiento organizacional. Pearson educación.

Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias (2010) Recuperado el 2 de Abril de 2010, de <http://www.scilo.org>

Revista theologica Javeriana (2008) Instructivo: Políticas y Procedimientos. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Sanz De La Tajada, L. A. (1996). Auditoría de la imagen de empresa: métodos y técnicas de estudio de la imagen. España: Síntesis. Recuperado a partir de <http://en.scientificcommons.org/8846714>

Sergio Arboleda. (01 de 12 de 2002). Obtenido de Sergio Arboleda : <http://www.usergioarboleda.edu.co/gramatica/finanzas/LARESEACRTICA.htm>

Scanlan, B. K., Vidal, A., & Castro, L. E. L. (1978). Principios de la dirección y conducta organizacional. Limusa.

Sevillano (1995). Evaluación de materiales y equipos, en RODRÍGUEZ, J. y SÁENZ, O.(Coords.): Tecnología Educativa. Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación. Alcoy, Marfil

Udlap.MX. (01 de Abril de 2014). Obtenido de Udlap.MX: <http://www.udlap.mx/intranetWeb/centrodeescritura/files/notascompletas/tesis.pdf>

Uni-ersia. (21 de Abril de 2014). Obtenido de Uni-ersia: <http://biblio.universia.es/editoriales-universitarias/>

Universidad de la Sallé (2010) Formulario para la Evaluación de originales .Recuperado el 2 de Abril de 2010, de HYPERLINK "http://www.lasalle.edu.co" <http://www.lasalle.edu.co>

Universidad de La Sallé (200?) Proyectos educativos de las Unidades académicas, Pauta de trabajo En: Hitos Número 3. Bogotá: Universidad de La Sallé.

(2008) Sistema de Investigación Universitario lasallista SIUL Bogotá: Universidad de La Sallé.

----- (2007) Lineamientos para el redimensionamiento curricular permanente. Una apropiación desde el PEUL. Bogotá: Universidad de la Sallé

----- (2007) Proyecto Educativo Universitario Lasallista. Bogotá: Universidad de la Sallé

----- (2009) Plan institucional de desarrollo 2010-2015 Bogotá: Universidad de la Sallé

\_\_\_\_\_ (2007) Desarrollos normativos del reglamento del profesorado. Bogotá: Universidad de la Sallé

Van Dijk & Kintsch (1983) Strategies of discourse comprehension. Oxford. Academic press

Weiss, D. (1971) Communication et presse d'entreprise, Sirey. Buch & Guardiola (2003

(ABC Paraguay, 2015)

