Universidad de La Salle
Ciencia Unisalle

Contaduría Pública

Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS

1-1-2018

Edición del volumen 4 No. 2 de la Revista Balance Social Digital

Yerley Gómez Ussa
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica

Citación recomendada

Gómez Ussa, Y. (2018). Edición del volumen 4 No. 2 de la Revista Balance Social Digital. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/719

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS 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.

EDICIÓN DEL VOLUMEN 4 No. 2 DE LA REVISTA BALANCE SOCIAL DIGITAL

Yerley Gómez Ussa
UNIVERSIDAD DE LA SALLE

EDICIÓN DEL VOLUMEN 4 No. 2 DE LA REVISTA BALANCE SOCIAL DIGITAL

Informe Final De Pasantía De Investigación

YERLEY GÓMEZ USSA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTADURÍA PUBLICA

BOGOTÁ

2018

EDICIÓN DEL VOLUMEN 4 No. 2 DE LA REVISTA BALANCE SOCIAL DIGITAL

YERLEY GÓMEZ USSA

CÓDIGO: 17121057

TUTOR

Nelson Andrés Molina, Magister

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTADURIA PUBLICA

BOGOTÁ

2018

Contenido

1. Introducción 5
2. Título 5
3. Línea de Investigación 5
4. Problema 5
   4.1 Delimitación 6
   4.2 Estado del Arte 6
   4.3 Planteamiento del Problema 10
5. Objetivos 12
   5.1 Objetivo General 12
   5.2 Objetivos Específicos 12
6. Marco conceptual 12
7. Marco Teórico 14
   7.1 Los sistemas de comunicación de las universidades 14
   7.2 Los productos escritos de las universidades 17
   7.3 Las revistas científicas como medio de comunicación de las universidades 18
   7.4 Las revistas de estudiantes 19
   7.5 Contenidos de las revistas académicas. 20
8. Marco Institucional 22
   8.1 Historia de la Universidad de La Salle 22
   8.2 Apartes del proyecto educativo de la Universidad "PEUL" 23
9. Diseño metodológico 25
   9.1 Tipo de investigación 26
   9.2 Enfoque investigativo 26
   9.3 Instrumentos de recolección y análisis de la información 26
   9.4 Población y muestra 27
   9.5 Trabajo de campo 27
   9.5.1 *Estilo, Diseño y Fotografías* 33
   9.5.1.1 *Portada* 34
10. Conclusiones 36
11. Bibliografía 37

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Julio Cesar Cristancho Chiquiza 28
Ilustración 2: María Cristina Duarte Espinosa y María Fernanda Caballero Sánchez 28
Ilustración 3: Guadalupe Villagran Alegría y Wilmer Arley Mojica Avendaño 29
Ilustración 4: Liliana Paola González Cerquera y Efraín Camilo Jurado Saavedra 29
Ilustración 5: Entrevista David Aponte 30
Ilustración 6: Carlos Julio Hurtado 31
Ilustración 7: Testimonio Emprendete. 32
Ilustración 8: Testimonio Emprende Transparente 33
Ilustración 9: Portada 34
Ilustración 10: Créditos 35
Ilustración 11: Fotografías 35

1. Introducción

La comunicación digital se ha convertido en una acción novedosa para trasmitir información de manera dinámica y eficiente a través de letras, símbolos lingüísticos, videos, imágenes, hipervínculos y fotografías; es una herramienta tecnológica que disminuye barreras espaciales y permite una óptima interacción entre las personas con vínculos de todo tipo personal, familiar, empresarial y por supuesto en la vida universitaria en la cual los estudiantes han crecido y se han formado en medio de nuevas habilidades y maneras distintas de relacionarse. En efecto, la tecnología y la digitalización son una parte esencial de la vida del hombre del siglo XXI.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables ha encontrado un entorno digital que permite la participación activa de sus estudiantes con la creación de la Revista *BALANCE DIGITAL SOCIAL*, un espacio académico en el cual se refleja el producto del capital intelectual que los estudiantes de la facultad han estado formando a lo largo de los semestres vividos en la universidad.

Hasta el momento se han publicado cinco ediciones de la revista en las cuales se ha hecho uso de la plataforma Joomag que permite crear un entorno donde se integran material multimedia como videos y fotos con textos escritos. Este formato de revista es una alternativa más agradable y de fácil acceso para todos.

2. Título

EDICIÓN DEL VOLUMEN 4 No. 2 DE LA REVISTA BALANCE SOCIAL DIGITAL

3. 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.

4. Problema

A continuación, se describe el problema que dio origen al presente proyecto.

4.1 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 empresas. En este trabajo se abordan específicamente, los procesos comunicativos alrededor del sistema de producción y publicación de revistas digitales.

4.2 Estado del Arte

Respecto a la relación entre Sistemas de comunicaciones, universidades y revistas digitales se ha escrito bastante; a nivel mundial se identifican varios escritos que describen y proponen mejoras para las revistas científicas y de comunicación de las universidades para una mejor divulgación y reconocimiento no solo a nivel nacional sino también internacional; sobre todo se ha escrito respecto a cómo se publican las revistas científicas. A continuación, se presenta algunos trabajos sobre el tema.

Vílchezen (2009) realizó un estudio que describe la producción científica de algunas instituciones académicas peruanas para determinar la visibilidad web de dos revistas académicas de Comunicación y Economía. Mediante el análisis exploratorio consultó las investigaciones indizadas en la base de datos Web of Science; para medir la visibilidad en la web empleó la metodología del ranking webométrico entendido como la clasificación que dan algunas instituciones en educativas especializadas de las mejores universidades de un país, teniendo como medición la ciencia y tecnología. (Ingeniería industrial Universidad De Chile, 2014) Su análisis consistió en comparar las revistas "Economía" y "Contra texto" con las demás del ranking. Estas revistas tienen una visibilidad web inferior comparadas con otras revistas académicas latinoamericanas de Economía y Comunicación lo cual afecta el posicionamiento web de las instituciones que las albergan. Se concluye que en la medida que las universidades peruanas conviertan sus tradicionales revistas impresas en revistas académicas de acceso abierto podrán mejorar su nivel de visibilidad web. (Portal Revistas Peruanas, 2009).

Por su parte, López en (2010) describió las principales características de las revistas académicas electrónicas; documentando sus antecedentes en el surgimiento, desarrollo y evolución de las publicaciones científicas impresas (pues atender el adjetivo electrónico, sin considerar el impreso, podría ser más que riesgoso, imposible). En esta misma línea se abordan las transformaciones que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han generado en el ámbito editorial desde la perspectiva impresa a la electrónica.

Enseguida en 2010, Fernández describe La política científica española que ha colocado en el primer plano el papel de las Revistas académicas y la evaluación de su calidad. Con el objetivo de contribuir a este debate desde las ciencias de comunicación, en este artículo se describen algunos de los problemas de los índices que se utilizan como referencia de la calidad científica. Finalmente, plantean mejoras para estos índices y estrategias para una óptima gestión e impacto de las revistas en Internet. (e-prints in Library & Infortmation Science, 2010),

En este mismo año, David Fernández (2010) escribe sobre la evolución de los parámetros de publicación científica en relación con la carrera académica; afirma que las exigencias de las políticas de carrera académica en España han provocado cambios en el modo como se producen y publican las revistas científicas y de comunicación. Este artículo caracteriza las revistas nucleares españolas en el ámbito de la comunicación a través de variables como el volumen de artículos publicados, el idioma empleado, la procedencia y las redes de colaboración de sus autores; los patrones de citación en el período 2007-2008. Mediante técnicas bibliométricas y el análisis de redes sociales se obtiene un perfil que muestra las similitudes y las diferencias entre las diferentes revistas y el perfil del conjunto del sistema. (El perfil de las revistas españolas de comunicación (2007-2008), 2010).

En 2012 Diana Martínez y Oscar Castellanos investigan sobre las revistas científicas -vistas como conocimiento, servicio y tecnología; estas se presentan como uno de los medios más representativos de comunicación científica y control de calidad de los resultados de investigación. La divulgación y difusión científica son procesos relevantes a la hora de impulsar la innovación y lograr impacto académico y social, por lo que las revistas deben gestionarse de manera estratégica para garantizar un mejor posicionamiento y visibilidad. Se abordan conceptos y metodologías

clave para enfrentar tales retos. En definitiva, los autores consideran las ventajas de las revistas electrónicas, plantean la indexación como una forma de regular la calidad del conocimiento publicado y propone algunas herramientas de gestión, como el marketing editorial apoyado por las TIC. Además, sugieren a los editores y a sus equipos la participación en asociaciones y redes internacionales, regionales y nacionales, que promueva la cooperación y el impacto que conlleva una gestión abierta (Biblioteca Digital Repositorio Institucional, 2012).

En el año 2012 Abadal enunció las prerrogativas propias de las revistas de acceso abierto en el cual presenta el modelo de las revistas de acceso abierto como el modelo de difundir la investigación científica de forma más eficaz. Sus argumentos se centran en la propia difusión y la mejoría de la investigación, en el rendimiento social y en la creación de productos y servicios. El estudio se centra en el crecimiento de las revistas científicas de acceso abierto, cuáles son los niveles de calidad y cuáles son sus vías de financiación y sostenimiento. (Hipertext. Net, 2012).

En el año 2013 los autores Romero, Acosta y Tejada analizaron las mejores revistas científicas en Latinoamérica concluyendo que el futuro de las revistas científicas en Latinoamérica es incierto. La incapacidad de calcular indicadores bibliométricos útiles para clasificarlas y homologarlas con cuartiles de referencia mundial reduce su visibilidad. Por ejemplo, las revistas colombianas clasificadas en la Base Bibliográfica Nacional Publindex (BBNP) bajo las categorías A1, A2, B y C, poseen baja indexación en bases de datos internacionales como Web of Science o Scopus, lo cual, afecta la estimación de indicadores bibliométricos para su comparación a nivel internacional.

Para su investigación, se seleccionaron 211 revistas de la BBNP-2008, tomando artículos publicados entre 2003 y 2007. Utilizando Google Académico, el software Publish or Perish y la base de datos Scopus, se cuantificaron y compararon indicadores de productividad e impacto para construir un ranking local (Q1-Q4) y realizar una homologación internacional con Scimago Jornal Rank (SJR). El índice h resultó el mejor indicador para generar un ranking basado en cuartiles (Q1-Q4) de 170 revistas colombianas, homologables con cuartiles de SJR. Se propone esta metodología para clasificar y homologar las revistas latinoamericanas no indexadas, como herramienta útil para editores, editoriales, empresas de información y tomadores de decisiones en

políticas públicas de educación, ciencia y tecnología a nivel regional y mundial. (Ranking de revistas científicas en Latinoamérica mediante el índice h: estudio de caso Colombia, 2013).

Las revistas digitales comparten características con las revistas impresas (pre-impresión), pero también disponen de un conjunto de rasgos propios (arquitectura, interacciones, funcionalidades, distribución), relacionados con la especificidad del entorno digital. Las ventajas de la revista digital incluyen un importante ahorro en los costos de impresión y distribución, la posibilidad de incluir en los documentos elementos de un gran valor añadido (como hipertexto, audio, video o animaciones), la rapidez de publicación, gran accesibilidad que permite ampliar las audiencias y tener un alcance mundial, amplias posibilidades de búsqueda y recuperación de la colección entera, actualización permanentemente de los contenidos y facilidad en la interacción entre autor y lector (Abadal y Rius, 2006).

Finalmente, las revistas de estudiantes son un instrumento del que pueden disponer los centros escolares para muy distintos fines: divulgar el quehacer educativo, ser un medio de comunicación y entendimiento entre todos los sectores de la comunidad escolar, fomentar entre los alumnos el gusto por la escritura y la práctica de diferentes tipos de escritos, impulsar el trabajo en grupo (Cpraviles, 2014).

Es así como surge la necesidad de proponer una revista de estudiantes, con el fin de que sea un espacio de comunicación y expresión abierta, que esté disponible y al alcance de la comunidad educativa de la Universidad de la Salle en donde se pueda fomentar practicas pedagógicas y que sirva de canal de comunicación de información relevante dentro de la universidad de la Salle; una revista que sea de estudiantes para estudiantes, y tomando como ventaja los avances tecnológicos y todas las posibilidades que nos brinda hoy por hoy el internet, encontrar la mejor opción para publicar la revista en formato digital, donde el lector pueda interactuar con el contenido escrito de la revista complementándolo con material multimedia (fotos y videos).

4.3 Planteamiento del Problema

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, 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 revistas. Las revistas de estudiantes son importantes para comunicar los resultados de la ciencia lo antes posible para que esta crezca y genere nuevos conocimientos, también como medio de comunicación entre los diversos estamentos académicos de manera que se genere un diálogo entre pares ubicados en diferentes lugares de modo que sirva como un medio para preservar el conocimiento y certificar la calidad y divulgación de los procesos académicos.

En el caso específico de la Facultad de Ciencias administrativas y contables de la Universidad de La Salle, la revista de estudiantes es la encargada de publicar actividades relevantes que se realicen en la facultad, incluir contenidos interesantes para la comunidad universitaria, impulsar la adquisición de nuevos conocimientos y que esta sea un mecanismo dinamizador de la participación de la comunidad educativa.

Como canal de comunicación importante en la universidad de la Salle se incluye como propuesta, la implementación de la revista de estudiantes de la Universidad de la Salle, una revista que debe caracterizarse con la universidad y sus actividades, debe ser diferente, entretenida e interesante a la vista de la comunidad universitaria y ofrecer el acceso de manera sencilla y dinámica, por esto surge la idea de que sea una revista en formato digital al alcance de toda la comunidad universitaria.

En este orden de ideas, las preguntas que guían esta propuesta de investigación son:

- ¿Cómo diseñar la revista de estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de la Salle?

- ¿Qué tipo de contenido se puede incluir dentro de la revista de estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y contables?

5. Objetivos

5.1 Objetivo General

- Crear los contenidos que tendrá la segunda parte de la revista Balance Social Digital 2017 de estudiantes perteneciente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle; preparar la edición de los contenidos totales de la revista 2017 de estudiantes y publicar el número en Joomag.

5.2 Objetivos Específicos

- Realizar entrevistas a los organizadores y ponentes del Congreso de Estudiantes de Contaduría Pública y cubrir fotográficamente el evento.
- Elaborar escritos y entrevistas relacionadas con emprendimiento y Contaduría Pública.
- Dar alcance a las correcciones que surjan sobre los diseños, montaje y edición de la revista que se presenten.
- Una vez el editor general haya revisado, realizar la editorial y publicar el número.

6. Marco conceptual

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

- **Estrategias de comunicación**: La 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. (Conceptos Estratégicos Clave, 2014).

Gestores de Revistas Digitales:

- **Revista:** Una revista es una publicación impresa que es editada de manera periódica (por lo general, semanal o mensual). Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener su versión digital o haber nacido directamente en Internet. (Definición De, 2014).

- **Autor:** Persona que es causa de algo, Persona que ha hecho alguna obra científica, literaria o artística. (Real Academia Española, 2014).

- **Publicación:** Acción y efecto de publicar. Escrito impreso, como un libro, una revista, un periódico, etc., que ha sido publicado. (Real Academia Española, 2014).

- **Revistas especializadas:** Estas revistas se caracterizan por tratar un tema o materia en particular. Algunos ejemplos pueden ser revistas de automovilismo, arte, animales, medicina, moda, educación, entre muchas otras categorías. Generalmente estas revistas estás orientadas a un público que trabaje en dichas disciplinas, es decir que no son masivas (Tipos de, 2014).

- **Periodicidad:** Cualidad de periódico. (Real Academia Española, 2014).

- **Periódico:** Dicho de un impreso que se publica con determinados intervalos de tiempo (Real Academia Española, 2014).

- **Revista de estudiantes:** La revista escolar es un instrumento del que pueden disponer los centros escolares para muy distintos fines: divulgar el quehacer educativo, ser un medio de comunicación y entendimiento entre todos los sectores de la comunidad escolar, fomentar entre los alumnos el gusto por la escritura y la práctica de diferentes tipos de escritos, impulsar el trabajo en grupo (Cpraviles, 2014).
- **Plataforma Joomag:** Es una aplicación online que presta un servicio gratuito de creación digital interactiva de contenidos para ser compartida y publicada en la internet. En Joomag se pueden crear revistas digitales, álbumes de fotos, catálogos y libros electrónicos. (Joomag.com, 2016)

7. Marco Teórico

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

7.1 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 voy 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 publico. 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 e instituciones que 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.

Dentro del proceso constitutivo de una comunidad educativa está la comunicación, que es necesaria para que esta comunidad sea democrática e incluyente. Para que esta comunidad pueda entablar los mayores canales de diálogo posibles para la reflexión de la vida escolar, de sus problemáticas y del conocimiento de las perspectivas de cada actor del proceso educativo, buscando así entre otras cosas el reconocimiento mutuo, la resolución de conflictos a través de la expresión oral canalizada mediante muchos medios apropiados que sean participativos e incluyentes. (Colegio Saludcoop Norte, 2014).

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 sirve 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 con 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.

7.2 Los productos escritos de las universidades

Para abordar el complejo proceso que es la escritura de textos académicos en el nivel superior, asumiremos aquí la concepción de la escritura como proceso. Uno de los modelos más completos sobre el proceso de composición es el presentado por Lucy Flower y John Hayes (1980-1981) que describe las operaciones intelectuales que lleva a cabo un individuo al escribir un texto. Los mencionados autores definen la acción de redactar como "El conjunto de procesos distintivos del pensamiento organizados u orquestados por el escritor durante el acto de composición". (La Escritura Academica a Nivel superior, 2014).

7.3 Las revistas científicas como medio de comunicación de las universidades

Las revistas científicas se definen como publicaciones especializadas de un tema determinado, que publica artículos originales, reseñas y monografías de un campo específico. Estas revistas en las universidades tienen como fin dar una formula dinámica y operativa difundir los avances o progresos de la investigación de cada institución universitaria pueden ser en formato impreso o electrónico, donde el principal objetivo es lograr la máxima difusión e impacto de proyección científica, cultural y social de las universidades.

Las editoriales universitarias contribuyen a la difusión y promoción del libro universitario entre profesores, estudiantes, investigadores y lectores en general. Desde el servicio de publicaciones de una universidad se ofrece un lugar donde los profesores e investigadores pueden mostrar los resultados de sus investigaciones, de sus tesis doctorales y de sus estudios. En este sentido, las editoriales universitarias contribuyen a la difusión del conocimiento y su posición de cara al mercado del libro se sitúa en términos de igualdad en relación con las editoriales no universitarias. (Uni-ersia, 2014)

El sistema de Revisión por Pares Peer Review que acostumbra a usar la Comunidad Científica para verificar la calidad y validez de los productos realizados por los miembros de la misma comunidad con el fin de aprobar o no su publicación, es un proceso que inicia cuando el editor de una revista o un comité editorial selecciona a un grupo de especialistas, pertenecientes también a la comunidad científica, para que arbitren el trabajo científico de los autores, esto es, evalúen la calidad y potencialidad de dicho producto (Cuevas & M. Mestanza, 2006).

No obstante la antigüedad del proceso; que se inició, respectivamente, en enero y marzo de 1665, en Francia e Inglaterra, con el surgimiento de las primeras revistas científicas The Journal des Scavans y The Philosophical Transactions of the Royal Society (Kundzewicz, Zbigniew W. & Koutsoyiannis, Demetris, 2005); el sistema ha evolucionado durante las últimas décadas hacía la democratización de las oportunidades de publicación, la búsqueda de una menor influencia de criterios subjetivos durante el proceso de selección y a la estandarización de los parámetros de evaluación por medio del replanteo de algunos de sus procedimientos (Buch & Guardiola, 2003);

entre otros: 1) se han implementado los tipos de revisión par ciego y par doble ciego para proteger las identidades de revisor, en el primer caso, y de autor y revisor, en el segundo; 2)se envía el escrito a evaluar a varios pares y no sólo a uno; 3) se procura seleccionar pares externos a la institución, e incluso, extranjeros; 4) se desarrollan y renuevan continuamente parámetros, catálogos, lista de requerimientos o listas de comprobación (Cheklists) que explicitan a los pares los criterios generales de evaluación de los escritos (Buch & Guardiola, 2003).

Estos Cheklist, que consisten en una lista de variables o aspectos que el editor le pide al revisor que tenga en cuenta como parámetros de evaluación de un escrito científico, han alcanzado un grado alto de evolución histórica, de perfeccionamiento y de estandarización dentro del proceso de revisión por pares de las publicaciones seriadas (revistas) pero no de los otros tipos de publicación no seriadas, entre otras razones, a causa del carácter no seriado de estos últimos; de su versatilidad en cuanto tamaño, forma, diseño, metodología y temáticas; de la responsabilidad económica que implica decidir publicarlos; de los diversos géneros que existen, de las políticas institucionales, etc.

De estas definiciones, surge que el objetivo de todas las revistas científicas es el de comunicar el resultado de las investigaciones realizadas por personas o equipos que se dedican a crear ciencia. Además, las revistas de investigación son aquellas que publican los primeros resultados de investigación original. Las palabras clave aquí son “primeros”, que significa que no han sido publicados anteriormente, y “original” que significa que la investigación presentada es una contribución al conocimiento. (Revistas Cientificas Electronicas , 2014).

7.4 Las revistas de estudiantes

El hombre siempre ha tenido la necesidad de transmitir a sus semejantes conocimientos, ideas, noticias, etc. La forma inicial de transmitir la información a los demás fue mediante gestos.
Después, durante mucho tiempo, el hombre se comunicó empleando la palabra. De manera oral se entendía con los demás, se enteraba de lo que sucedía a su alrededor, etc.

Posteriormente las sociedades más avanzadas incorporaron la comunicación escrita. En nuestros días la prensa se ha convertido en el registro más importante de este tipo de información.
La introducción de la prensa en el aula es uno de los principales objetivos de las programaciones escolares pues a través de ella se puede conocer y analizar la realidad social, política, económica, cultural, deportiva, etc.

Dentro de este ámbito una de las actividades de aprendizaje más interesantes que se pueden realizar es la elaboración de una revista escolar, pues supone un gran estímulo para el alumnado, que la acaba valorando como algo propio al ver plasmado en papel el esfuerzo realizado en su elaboración. (Cpraviles, 2014).

7.5 Contenidos de las revistas académicas.

En esta parte vamos a nombrar y definir los tipos de contenidos de escritos académicos que existen: Como primera medida se definirá que es un Resumen es un texto nuevo (con estructura comunicativa propia) que, a partir de otro texto, presenta información condensada, precisa y objetiva -las ideas más importantes del texto original sin interpretación crítica. (El Resumen, 2014)

También se comparte la definición de Reseña critica: Es un tipo de texto escrito breve que implica un proceso de síntesis, dado que el lector puede y debe ir "escubriendo" las ideas y analizando las temáticas principales del texto fuente, para condensar dichas ideas y temáticas, guardando cohesión y coherencia. Es decir, la reseña es un tipo de texto que puede ser expositivo o argumentativo y que implica la comprensión de las ideas contenidas en la fuente original. (Sergio Arboleda, 2002), ahora presentamos el Articulo IMRD: se describe como un género discursivo fueron desarrollados históricamente a partir de las cartas de hallazgos científicos compartidas por los primeros académicos del Renacimiento. Estos artículos están compuestos: Introducción, Método, Resultados y Discusión y conclusión.

También se consideró importante definir el artículo de divulgación: La divulgación de la ciencia es un proceso de comunicación en el que se acercan los resultados obtenidos por los investigadores en las diferentes áreas del conocimiento al público en general. Esto le dio la oportunidad de absorber las ideas de grandes filósofos, como Montesquieu y Voltaire y difundirlas para ponerlas al alcance de la mayoría. (Definición.MX, 2014)

A continuación, se define el ensayo argumentativo: El ensayo argumentativo o crítico de la actualidad es fiel a sus orígenes, ya que se trata de un escrito académico que se basa, principalmente, en la opinión personal del escritor, opinión producto de la reflexión profunda acerca de un tema, por lo general, polémico. Es verdad que este escrito tiene una buena dosis de reflexión, subjetividad y polémica; sin embargo, también es necesario proporcionar evidencias de diversa índole que fundamenten las opiniones que se externan. Cabe mencionar que es un escrito cuya función no es tratar un tema de forma exhaustiva; su principal función es reflexionar sobre un asunto, adoptar una postura, externar opiniones y justificarlas. Es decir, que un aspecto primordial del ensayo es proporcionar una perspectiva nueva personal sobre un asunto, sin olvidar el rigor que requieren los textos académicos, como lo son el uso de datos y las referencias documentales. (La Gran Enciclopedia Ilustrada del Proyecto Salón Hogar, 2014)

Y por último vamos a definir la Tesis para conocimiento en general ya que este no es uno de los escritos estudiados en la investigación, Una tesis, ya sea de investigación o de compilación, es el resultado de varias actividades complejas y ordenadas en cierta secuencia.

El trabajo de una tesis normalmente toma varios años. Busca volver a examinar el tema partiendo de cero a la luz de los documentos recogidos, dar una forma orgánica a todas las reflexiones precedentes, hacerlo de modo que quien la lea comprenda lo que se quería decir y pueda si así lo desea, acudir a los mismos documentos para estudiar el tema por su cuenta. (Udlap.MX, 2014).

8. Marco Institucional

8.1 Historia de la Universidad de La Salle

La Universidad de La Sallé 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 Sallé) 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 yolas 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 Sallé 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

8.2 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.

9. Diseño metodológico

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

9.1 Tipo de investigación

Esta investigación es según Julio Gonzales B es de tipo descriptiva y exploratoria, teniendo en cuenta que "Un trabajo de exploración (...) aspira adentrarse en una comarca poco conocida (y básicamente su objetivo es)... iluminar senderos, apartar obstáculos, poner alguna claridad donde había sólo confusión, describir hallazgos, son tareas primarias que se propone quien indaga sobre problemas nuevos." (Cadenas, 1991.p.183). (Julio Gonzalez B., 2012)

Del mismo modo la investigación exploratoria "Es el diseño de investigación que tiene como objetivo primario facilitar una mayor penetración y comprensión del problema que enfrenta el investigador (Malhotra, 1997, p. 87)."

9.2 Enfoque investigativo

La investigación es de tipo cualitativa documental, teniendo en cuenta que esta "Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas" (Gregorio Rodríguez Gómez, 1996).

9.3 Instrumentos de recolección y análisis de la información

Esta investigación se llevará a cabo por medio de Cibergrafía que es un método para describir el estudio de las referencias de los hipertextos (documentos alojados en internet). Este método sirve para el estudiar los medios de comunicación social que se hallan en la red, tales como: Periódicos en línea, periódicos digitales, medios electrónicos, que surgen de los medios de comunicación tradicionales (Circuito Informativo, 2014), utilizando herramientas como buscadores y sitios WEB con el fin de realizar un análisis de sobre las propuestas de diseño de revistas digitales y obtener información útil acorde a los objetivos trazados para la edición de la revista de la facultad.

A continuación, se enuncian los procedimientos utilizados:

- ✓ Se realizaron procedimientos de búsqueda en las diferentes páginas web para evaluar las características en cuanto a diseño, recursos multimedia y el contenido que se puede incluir.
- ✓ Se realizó clasificación de las principales temáticas a incluir en la revista de estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de la Salle.
- ✓ El fotógrafo Jose Javier Torres de la Universidad de La Salle contribuyo con las fotografías tomadas a las diferentes sedes de la universidad, que fueron publicadas en esta edición.
- ✓ Se realizó edición grafica del material seleccionado como contenido idóneo para elaborar la primera edición de la revista de estudiantes de la facultad de ciencias administrativas y contables de la universidad de la Salle en formato digital.

9.4 Población y muestra

- **Población:** Páginas Web que alojan Revistas Digitales.
- **Muestreo intencionado:** Se toma una muestra de 15 portales web que alojan revistas digitales, con el fin de revisar cada una de las características contenidos y estructuras.

9.5 Trabajo de campo

La realización de esta revista inicia con la exploración de nuevos contenidos enfocados en los lectores y estudiantes de la Universidad de la Salle, que permitieran dar una visión renovada del mundo del Contador Público en Colombia. Fue así como la investigación se desenvolvió en dos temas principales: el Emprendimiento y la Contaduría Pública.

La investigación inicia con el cubrimiento del Congreso de Estudiantes de Contaduría Pública realizado en la Universidad de la Salle, donde estudiantes de diferentes universidades realizaron ponencias que en su mayoría trataban temas de relevancia nacional toda vez que están orientadas a la búsqueda de un país más competitivo.

Entrevistas a ponentes y organizadores:

Entre los participantes se seleccionaron cuatro ponencias ganadoras, que fueron publicadas en esta edición Revista Balance Social Digital. A continuación, se describen brevemente estas ponencias:

Ilustración 1: *Julio Cesar Cristancho Chiquiza*

- "La Relación entre la Corrupción y la Transparencia Activa: El Caso de los Partidos Políticos en América Latina" – Julio Cesar Cristancho Chiquiza, de la Universidad de La Salle.

Fuente: elaboración propia.

Ilustración 2: *María Cristina Duarte Espinosa y María Fernanda Caballero Sánchez*

- "Valoración de Activos Fijos bajo Normas Internacionales de Información Financiera Orientado a Comunidades Religiosas" – Maria Cristina Duarte Espinosa y María Fernanda Caballero Sánchez, de la Universidad Santo Tomas Bucaramanga.

Fuente: elaboración propia.

Ilustración 3: *Guadalupe Villagran Alegría y Wilmer Arley Mojica Avendaño*

- "Estudio Teórico-Comparativo entre Legislaciones Fiscales Mexicanas y Colombianas con Énfasis en Declaración de Renta de Personas Naturales" – Guadalupe Villagran Alegría y Wilmer Arley Mojica Avendaño, de la Universidad Autónoma de Chiapas – México; Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Fuente: elaboración propia.

Ilustración 4: *Liliana Paola González Cerquera y Efraín Camilo Jurado Saavedra*

- "Análisis del Proceso Contable de los Certificados de Emisiones Reducidas (CER), obtenidos de los Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL)." – Liliana Paola González Cerquera y Efraín Camilo Jurado Saavedra, de la Universidad de La Salle.

Fuente: elaboración propia.

Ilustración 5: *Entrevista David Aponte*

En segundo lugar, se encuentra la entrevista realizada a David Aponte, Contador Público y emprendedor, donde nos cuenta de su trayectoria como emprendedor y como con su empresa logro unir su pasión por el emprendimiento y su profesión de Contador Público.

ENTREVISTA

CAMBIANDO EL ESTIGMA DEL CONTADOR PÚBLICO

David Aponte es cofundador de Financial Lab & Taxes, Contador Público de la Pontificia Universidad Javeriana y especialista en innovación de la Universidad Externado de Colombia. David y su equipo de trabajo se dedican a apoyar a los emprendedores con el tema financiero y tributario, ofreciendo desde su empresa servicios innovadores y accesibles. Así comienza su historia:

¿Cuéntanos que hacías antes de comenzar con Financial Lab?

Realicé varios emprendimientos, uno de ellos fue la manufactura de billeteras en jean, para ello se utilizaban los jeans usados que comprábamos en un comedor comunitario o que cambiamos por ropa que ya no se usaba; esto nos permitió acumular bastante materia prima con la que realizamos más o menos 940 billeteras, sin embargo, vendimos muy pocas.

El segundo emprendimiento se dio cuando el primo de un amigo me comentó que estaba trabajando en la organización de conciertos, hablamos del negocio y decidimos meternos. El negocio era bastante rentable pero implicaba mucho riesgo porque el éxito de los conciertos depende de muchas variables. Una de las más duras de manejar son los artistas que se creen Dios, dependíamos mucho de sus horarios y de sus exigencias. Por ello, las cosas se ponen complejas. En un punto decidimos no continuar.

Luego de eso, con un amigo que es químico decidimos montar una cervecería; montamos toda una planta, muy bonita con estantes y todo lo demás. Teníamos un sueño en mente, triunfar y ser competencia de Bavaria.

YouTube

David Aponte, Co-Founder Financial Lab & Taxes SAS, david.aponte@financial-lab.com

95

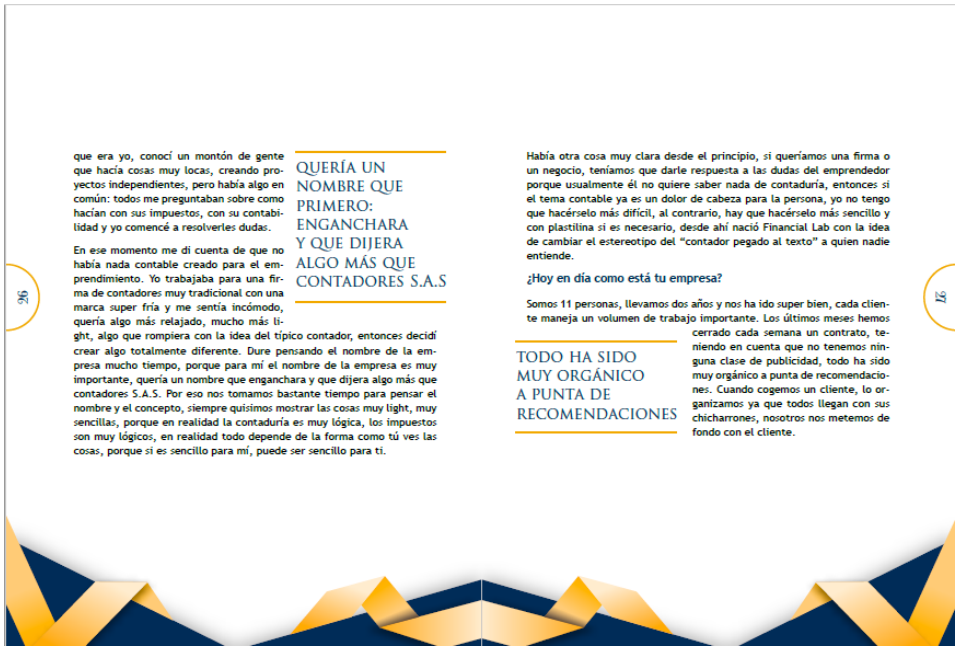
Esta empresa tampoco funcionó y no porque el producto fuera malo, todo lo contrario, era muy bueno, pero mi socio tenía más cosas en mente y era algo disperso, yo soy más estructurado, fue por esto que decidimos cerrar.

¿En que momento decidiste crear Financial Lab?

ME PARECIÓ GENIAL PORQUE ERA TOTALMENTE DIFERENTE

Luego quise estudiar otro pregrado, primero pensé en mercadeo, pero lo descarté porque otros 5 años de carrera era bastante tiempo, entonces decidí mejor hacer una especialización en innovación en la universidad Externado, me pareció genial porque era totalmente diferente, veía finanzas, creatividad, innovación, veía un montón de cosas super chéveres, conocí un montón de gente; el éxito del programa y el punto fuerte de la innovación es que tu tengas nuevas experiencias. Veía clases con politólogos, ingenieros industriales y el contador

Fuente: Balance Social Digital (2017).



que era yo, conocí un montón de gente que hacía cosas muy locas, creando proyectos independientes, pero había algo en común: todos me preguntaban sobre como hacían con sus impuestos, con su contabilidad y yo comencé a resolverles dudas.

En ese momento me di cuenta de que no había nada contable creado para el emprendimiento. Yo trabajaba para una firma de contadores muy tradicional con una marca super fría y me sentía incómodo, quería algo más relajado, mucho más light, algo que rompiera con la idea del típico contador, entonces decidí crear algo totalmente diferente. Dure pensando el nombre de la empresa mucho tiempo, porque para mí el nombre de la empresa es muy importante, quería un nombre que enganchara y que dijera algo más que contadores S.A.S. Por eso nos tomamos bastante tiempo para pensar el nombre y el concepto, siempre quisimos mostrar las cosas muy light, muy sencillas, porque en realidad la contaduría es muy lógica, los impuestos son muy lógicos, en realidad todo depende de la forma como tú ves las cosas, porque si es sencillo para mí, puede ser sencillo para ti.

96

QUERÍA UN NOMBRE QUE PRIMERO: ENGANCHARA Y QUE DIJERA ALGO MÁS QUE CONTADORES S.A.S

Había otra cosa muy clara desde el principio, si queríamos una firma o un negocio, teníamos que darle respuesta a las dudas del emprendedor porque usualmente él no quiere saber nada de contaduría, entonces si el tema contable ya es un dolor de cabeza para la persona, yo no tengo que hacérselo más difícil, al contrario, hay que hacérselo más sencillo y con plastilina si es necesario, desde ahí nació Financial Lab con la idea de cambiar el estereotipo del "contador pegado al texto" a quien nadie entiende.

¿Hoy en día como está tu empresa?

Somos 11 personas, llevamos dos años y nos ha ido super bien, cada cliente maneja un volumen de trabajo importante. Los últimos meses hemos cerrado cada semana un contrato, teniendo en cuenta que no tenemos ninguna clase de publicidad, todo ha sido muy orgánico a punta de recomendaciones. Cuando cogemos un cliente, lo organizamos ya que todos llegan con sus chicharrones, nosotros nos metemos de fondo con el cliente.

TODO HA SIDO MUY ORGÁNICO A PUNTA DE RECOMENDACIONES

97

Fuente: Balance Social Digital (2017).

Ilustración 6: *Carlos Julio Hurtado*

En tercer lugar, se encuentra la entrevista realizada al profesor Carlos Julio Hurtado, catedrático de la Universidad de la Salle, Contador Público de profesión y empresario, quien con sus palabras busca contagiar a sus estudiantes la pasión por crear empresa.

ENTREVISTA

HISTORIA DE VIDA DE UN CATEDRÁTICO, CONTADOR Y EMPRESARIO

PROFESOR
JULIO HURTADO

Carlos Julio Hurtado es cofundador de Contadores Públicos Nacionales e Internacionales Cenit Ltda., Contador Público de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y especialista en Derecho Tributario Internacional del Externado, es además catedrático en la Universidad de la Salle. Adicionalmente se dedica a brindar asesoría tributaria y legal a empresas y/o empresarios, basado en un enfoque centrado en un análisis estratégico y minucioso. Así comienza su historia:

¿Dónde naciste?

En Paipa Boyacá en el año 1970, criado en una familia muy humilde, dedicados a las labores del campo.

A la edad de 7 años me trasladé para la ciudad de Tunja, entré a estudiar en un colegio que fue fundado por unos padres italianos que contaba con varios énfasis, como técnico en electricidad, electrónica, metalmecánica y metalistería. Allí me gradué como bachiller de técnico en electrónica y electricidad.

¿Cómo fue el proceso para elegir tú carrera de estudio?

Me gustó tanto ingeniería electrónica en el colegio, que la elegí para estudiar en la universidad, pero los recursos económicos en mi familia eran muy escasos, lo que me llevó a presentarme a la Universidad Nacional.

Lastimosamente no pude ingresar porque no tenía dinero para venir a Bogotá, ni tampoco tenía quien me colaborara, además para esa época Bogotá estaba muy violenta, ocurrían secuestros y bombas. En ese tiempo Antanas Mockus nos daba la beca de estudio, pero no nos daba la alimentación, ni la vivienda, lo que hizo que tuviera una decepción muy grande.

Luego, decidí irme a trabajar a Sogamoso y estando en Sogamoso seguía con muchos ánimos de estudiar, comencé a investigar, pero en la universidad que había allá solo había Administración de Empresas y Contaduría Pública.

Mi hermano ya se encontraba estudiando Contaduría Pública y mi novia también por lo cual me aconsejaron estudiar esa carrera. Confieso que me dio muy duro los primeros 5 semestres, porque, de cierta forma , no era lo que yo quería estudiar, pero lo hice por salir adelante.

Para el 6 semestre comencé a ser un poco más inquieto y un día estaba leyendo el periódico Portafolio y en esa época sacaban muchos artículos de la función del Contador Público y vi la importancia del contador público, lo cual me entusiasmo y comencé a meterle más ganas a mi carrera, entonces decidí especializarme en derecho tributario cuando terminara aunque en ese entonces ni si quiera sabía de qué se trataba. Durante la universidad tuve experiencia en diferentes ámbitos laborales, pero al terminar la carrera entré a hacer las prácticas en la DIAN en donde comenzó mi futuro con la tributaria.

¿Qué hace tu empresa?

La empresa se llama Contadores Públicos Nacionales e Internacionales Cenit Ltda., la constituimos desde el 2004 con mi esposa, que también es contadora pública, siempre con la visión internacional.

29

Fuente: Balance Social Digital (2017).

Mi empresa presta los servicios en los departamentos de Boyacá, Casanare, Cundinamarca, Santander y algunas ciudades de Colombia como Medellín y Cali. La empresa está enfocada en el derecho tributario, la revisoría fiscal y la contabilidad.

Es necesario que los estudiantes tengan experiencia en la parte contable para que sepan que le hace falta a las empresas. Cuando yo salí me di cuenta que la parte tributaria es demasiado importante para las empresas, por eso, decidí estudiar tributaria en Bogotá. La empresa está actualmente orientada a productos internacionales, con asesorías en el nivel internacional.

VI LA IMPORTANCIA DEL CONTADOR PÚBLICO, LO CUAL ME ENTUSIASMO

¿Qué hace que tu empresa sea diferente a las demás?

Es diferente a las demás por la visión que tenemos, porque vemos que ser Contador Público, no es ser cuadriculado, el contador es una persona totalmente integro, me refiero a que el contador se diferencia del abogado, del administrador, del economista, por tener una educación integral en todas las anteriores profesiones. Ocurre, para nuestra fortuna, que estas son las cuatro ramas de una empresa, haciendo que desde este punto vista se preste un servicio con diferente visión. Nosotros estamos enfocados en el nivel internacional de los impuestos y actualmente también nos estamos enfocando en el servicio de NIIF.

¿Tuviste algún apoyo por la universidad?

La universidad enfoca un servicio muy social, pero desde que fui estudiante tenía el ideal de crear empresa con la visión internacional, aportando a la sociedad en la generación de empleo.

¿Crees que a las universidades les hace falta ese enfoque transversal del emprendimiento?

Las universidades deben enseñar a constituir empresa, a administrar, de lo contrario nos están enseñando solo a ser técnicos. Ahora algo fundamental que las universidades tienen que hacer es la investigación. Las universidades se tienen que fortalecer en la investigación, en generar conocimiento nuevo en los estudiantes, ya que si no se fortalecen en la investigación están creando a un estudiante técnico y nada más.

¿Tú les enfocas a tus estudiantes la creación de empresa?

Siempre les digo que el Contador Público es un empresario, que no se queden pensando como contadores, en la parte técnica es necesario "untarse del barrito" pero eso no quiere decir que ellos se tienen que quedar ahí, la parte más hermosa de un contador, sería que constituyera empresa, siempre los motivo a que piensen que estamos obligados con la sociedad a generar empleo, nosotros somos profesionales que debemos ayudarle al estado con la generación de empresas.

¿Cuál fue el momento más difícil en tu empresa?

EL CONTADOR PÚBLICO TIENE UNA EDUCACIÓN INTEGRAL

Yo pienso que para todos los que creamos empresa, el momento más complicado es el comienzo, porque hay que enfrentarse a firmas pequeñas y grandes y sostenerse en el tiempo es bastante difícil. Además, es difícil competir contra las firmas, no solo por el capital que tienen ellos sino también por cómo varía la economía en el país. Pero todo esto va en la planeación, en los presupuestos que se necesitan; por ejemplo, para esta época ya estamos pensando en el presupuesto que debe tener la empresa para el otro año y hay que planear la forma de generar una planeación de costos y gastos para el próximo año.

¿Qué recomiendas a los estudiantes y lectores?

Que sean curiosos, que sean como los niños pequeños de 2 o tres años, que jamás dejen de ser curiosos porque la curiosidad conlleva a generar cosas nuevas, la curiosidad es el alimento del conocimiento.

30

31

Fuente: Balance Social Digital (2017).

Ilustración 7: *Testimonio Emprendete.*

En cuarto lugar, se encuentra una entrevista realizada a 4 Administradores de Empresas, que apasionados por el emprendimiento decidieron crear Emprendete, un podcast de emprendimiento en línea, donde se relatan anécdotas que además de ser historias inspiradoras, también ofrecen herramientas y consejos para personas que estén o quieran iniciar en el camino del emprendimiento.

TESTIMONIO

EMPRENDETE

Emprendete comenzó con cuatro administradores de empresas de la Universidad del Rosario que quisieron llegar a la vida de los emprendedores, de una forma más fácil, a la mano de cualquiera, por medio de un podcast de emprendimiento en línea, en el que se relatan historias de emprendedores y se ofrecen herramientas y consejos para personas que quieran o estén emprendiendo. Este podcast puede ser descargado por dispositivos Indroid y Iphone, quedando así a la mano de todas las personas que desean tener un espacio de emprendimiento.

YouTube

Andrés Forero Ordoñez, Emprendete, andres@emprendete.com.co, emprendete.com.co

32

Fuente: Balance Social Digital (2017).

Ilustración 8: *Testimonio Emprende Transparente*

Finalmente, se encuentra a Emprende Transparente, un proyecto que reúne a emprendedores en espacios que promulgan la creación de relaciones de confianza, cimentando las bases para que los emprendedores y futuros empresarios aporten en la creación de un ecosistema empresarial más competitivo y ético.

ENTREVISTA

EMPRENDE TRANSPARENTE

Esto arrancó en el 2015 después de meses de estar asistiendo a eventos para emprendedores en la ciudad de Bogotá. Junto a Nicolas Cuadrado fuimos a cuanto encuentro se cruzaba, incluso dos o tres veces por semana. Fue una época muy enriquecedora, aun así, poco a poco nos fuimos dando cuenta que algo no parecía andar del todo bien, pese a que casi siempre veíamos a las mismas personas, pocas parecían mantener una relación fructífera.

El patrón se repetía una y otra vez, personas muy amables dispuestas a compartir, con las que se charlaba muy rico, se cruzaban tarjetas y promesas de volverse a ver para seguir conociéndose; al final nunca se volvían a hablar.

A simple vista no parecía algo fuera de lo convencional, sin embargo, al indagar en la situación empezaron a aflorar algunas conclusiones no tan obvias y que curiosamente parecían haber sido detectadas por ya varios portavoces del ecosistema, todo radicaba en un tema de confianza.

En algún punto "ser confiado" se volvió un adjetivo negativo, por lo que la desconfianza entre la población es la regla general. Las relaciones, ya sean interpersonales o empresariales, arrancan con suma desconfianza para ir ganando la confianza de a poco ¿Y por qué no puede ser al revés? Y es que como dice Pedro Medina, quien trajo la cadena de restaurantes McDonalds a Colombia y fundador de Yo Creo en Colombia en donde es embajador de la confianza... "La confianza es un buen negocio y es el motor de las sociedades desarrolladas".

Con esta premisa en mente se creó Emprende Transparente, como un espacio en donde nos conectaríamos emprendedores con una mentalidad de confianza, dispuestos a construir juntos para llegar más lejos, al mejor estilo de las "startup communities", comunidades emprendedoras como

34

NICOLAS CUADRADO Y DAVID L. CASTAÑO

Sylicon Valley o Boulder, Colorado, donde la unión les ha permitido una evolución alucinante.

El primer evento se llevó a cabo en febrero de 2016 y fue realmente mágico, pasamos de no tener nada a organizar un evento con 150 asistentes y lo mejor de todo fue que se construyó con los aportes de personas que se fueron conectando con el propósito. ¿Cuál fue la lección? Menos charla y manos a la obra.

Para esta fecha se han realizado más de 7 eventos y estamos orgullosos de los casos de éxito que han surgido, relaciones que nacieron gracias a los encuentros y que siguen aportándole al ecosistema. Hemos sido fieles al principio de la "startup" y hemos validado diferentes enfoques y aún seguimos en la búsqueda de la receta perfecta para florecer la confianza entre quienes nos acompañan.

Emprende Transparente nunca fue contemplado como algo nuestro, por el contrario, siempre hemos querido que coja tracción y sea adoptado por nuevos emprendedores que lo repliquen por todo el país ¿y porque no? el mundo. Es por esto por lo que en este momento estamos trabajando junto a todos los colaboradores para darle un vuelco al planteamiento y establecer las bases para un verdadero movimiento.

Los invito a que nos busquen como Emprende Transparente Bogotá en www.Meetup.com y de paso conozcan esa estupenda página donde podrán encontrar eventos y adentrarse en el cada vez más vibrante ecosistema emprendedor colombiano. ¡Nos vemos la próxima!

35

Fuente: Balance Social Digital (2017).

9.5.1 *Estilo, Diseño y Fotografías*

Estilo

El estilo general con el que se realizó la revista es sobrio toda vez que los temas tratados y el público al que va dirigido así lo ameritaban. Sin embargo, se dan matices cálidos para poder reflejar lo vibrante del ecosistema emprendedor y conquistar nuevos públicos entre los más jóvenes.

Diseño

El diseño y la diagramación apuntaron a formas sencillas y simples que resalten cada sección y sean llamativas para el lector. Se tuvo en cuenta el diseño de las publicaciones anteriores para escoger la paleta de colores, entre otros parámetros.

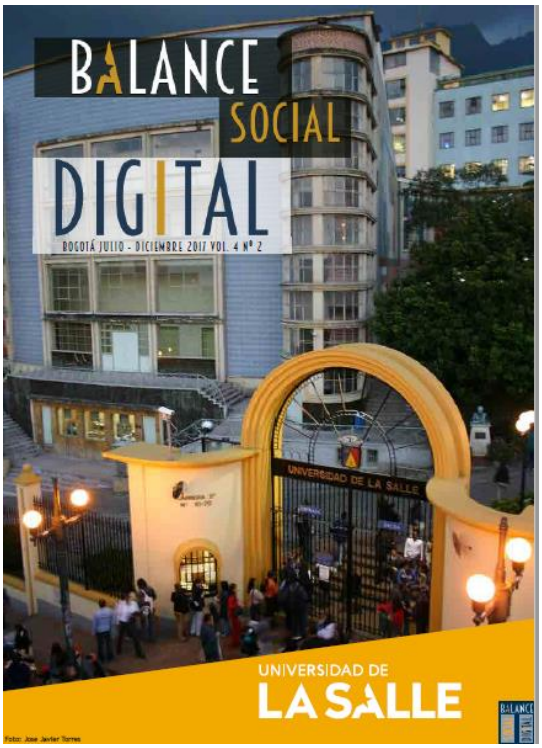
Fotografías

Las fotografías que se muestran en la revista provienen de varias fuentes y se cuenta con plena autorización para su publicación de todas estas.

Se manejan fotografías a color y blanco y negro dependiendo la sección.

9.5.1.1 *Portada*

Ilustración 9: *Portada*



Fuente: Producción Propia.
Fotografía: Javier Torres.

Ilustración 10: *Créditos*

Fuente: Producción Propia
Fotografía: Javier Torres.

En los créditos se señala a cada una de las personas que colaboraron y permitieron la producción de esta edición de la revista Balance Social Digital, con una fotografía tomada por el fotógrafo Javier Torres. Además, un texto acerca la Universidad de la Salle y la Revista Balance Social Digital.

Ilustración 11: *Fotografías*

Las siguientes fotografías fueron tomadas en el Congreso de Contaduría Pública.

Fuente: Producción Propia

10. Conclusiones

Realizar esta edición de la Revista Balance Social Digital, fue un gran aporte para mi carrera, comenzando por el Congreso de Estudiantes de Contaduría Pública, donde cada estudiante que participo con sus trabajos de investigación, demostró el conocimiento adquirido de su trayectoria en la universidad, generando admiración y conocimientos enriquecedores, como lo es el "Estudio teórico-comparativo entre legislaciones fiscales mexicanas y colombianas con énfasis en declaración de renta de personas naturales", ya que conocer la legislación tributaria de otro país genera mayores conocimientos y complementa los conocimientos adquiridos en la academia.

La investigación realizada por los ponentes que asistieron al Congreso ayuda a generar iniciativa a la investigación de manera autónoma por parte de los lectores y estudiantes, por mi parte pienso que la investigación ayuda a la solución de toda clase problemas que existen en nuestro país, además de generar nuevos conocimientos.

Como contadora publica me siento en la obligación de realizar actualizaciones e investigaciones de manera constante, ya que la profesión lo exige y en especial tras la entrada en vigor de las NIIF, donde las empresas necesitan de contadores con experiencia y conocimiento en estas normas. En esta edición se realizaron entrevistas a dos contadores públicos que hicieron el cambio en el paradigma de un contador público, demostrando que un contador en la academia debe ser formado para crear empresa.

También la revista involucra el emprendimiento donde los entrevistados e invitados nos comentan lo duro que es emprender, pero lo gratificante del camino y las emociones cuando logras tus objetivos. Hoy en día en Colombia ha aumentado el emprendimiento de gran manera apoyados en la innovación y la tecnología, ayudando a la creación de nuevas empresas y por ende a la generación de empleo.

El camino recorrido durante más de un semestre conociendo la conexión común pero no evidente entre la contaduría y el emprendimiento, me permitió expandir mis horizontes, derrocar esas barreras o limitaciones que uno mismo se pone (y que a veces la academia ayuda a cimentar) y entender que el emprendimiento no depende de cual carrera se estudie, sino de cuantas ganas tenemos de impactar en nuestra sociedad y cuan dispuesto estemos a trabajar para lograrlo.

11. Bibliografía

- Andes, C. U. (01 de 2013). Obtenido de https://economia.uniandes.edu.co/assets/archivos/Documentos_CEDE/dcede2013-05.pdf
- Chan Nuñez, M. E. (2004). Tendencias en el Diseño Educativo Para Entornos de Aprendizaje Digitales. *Revista Digital Universitaria*, 3-26.
- DINERO. (03 de 08 de 2015). ¿Colombia uno de los países con más mujeres al mando? *DINERO*.
- Dunker, J. (2002). *Iguales y diferentes. Un estudio sobre género, matrimonio y familia. Argentina.* Argentina: El Cid.

- Joomag.com. (24 de 03 de 2016). *www.joomag.com*. Obtenido de https://www.joomag.com/es/about-us
- Liévano, F. (2015). *Diseño de un Prototipo de Revista Digital Para los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle.* Bogotá: Universidad de La Salle.
- OIT. (08 de Marzo de 2016). Obtenido de www.oil.org
- Suarez, A. (s.f.). *Mujeres en la organización: realidades y dilemas.* Obtenido de http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoMedios/Documentos%20PDF/3-mujeres_en_la_organizacion.pdf
- Torres, F. C., Pedraza Ortiz, J. E., & Mejia Restrepo, X. (17 de 12 de 2011). *Scielo.* Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-99982012000100013
- *Sergio Arboleda.* (01 de 12 de 2002). Obtenido de Sergio Arboleda : http://www.usergioarboleda.edu.co/gramatica/finanzas/LARESEACRTICA.htm
- *Apuntes de clase* . (2009). Bogota : Universidad de la salle.
- *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
- El perfil de las revistas españolas de comunicación (2007-2008). (2010). *Revista española de Documentación Científica*, 553-581.
- *e-prints in Library & Infortmation Science.* (20 de julio de 2010). Obtenido de e-prints in Library & Infortmation Science: http://eprints.rclis.org/15383/1/aa_20.pdf
- *Biblioteca Digital Repositorio Institucional* . (06 de Noviembre de 2012). Obtenido de Biblioteca Digital Repositorio Institucional : http://www.bdigital.unal.edu.co/8394/
- *Hipertext. Net.* (01 de 02 de 2012). Obtenido de Hipertext. Net: http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-10/retos-revistas-en-acceso-abierto.html
- *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
- *Colciencias.* (21 de Abril de 2014). Obtenido de Colciencias: http://www.colciencias.gov.co/glosario

- *Colciencias* . (13 de Febrero de 2014). Obtenido de Colciencias : http://www.colciencias.gov.co/producto_servicio/indexaci-n-y-homologaci-n-de-publicaciones-seriadas-de-cti
- *Conceptos Estrategicos Clave* . (21 de Abril de 2014). Obtenido de Conceptos Estrategicos 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
- *Cpraviles*. (20 de 11 de 2014). Obtenido de http://www.cpraviles.com/materiales/VIjornadas/aplic/Taller%20de%20Prensa/Taller/Revista_objetivos.htm
- *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/resumen.htm
- *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/resena.htm
- *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
- *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/ensayo_arg.htm
- *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/1_tipos.htm
- *Definición De*. (21 de 04 de 2014). Obtenido de Definición De : http://definicion.de/revista/#ixzz2zZ0Rp0b9
- *Definición De* . (21 de Abril de 2014). Obtenido de Definición De: http://definicion.de/texto-cientifico/

- *Definición.MX*. (01 de Abril de 2014). Obtenido de Definición.MX: http://definicion.mx/articulo-de-divulgacion/
- *El Resumen* . (01 de 04 de 2014). Obtenido de El Resumen : http://genesis.uag.mx/edmedia/material/DHA/UNIDAD%20IV/EL%20RESUMEN.pdf
- *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/
- *L a G r a n E n c i c l o p e d i a I l u s t r a d a d e l P r o y e c t o S a l ó n H o g a r.* (01 de Abril de 2014). Obtenido de L a G r a n E n c i c l o p e d i a I l u s t r a d a d e l P r o y e c t o S a l ó n H o g a r: http://salonhogar.net/Salones/Espanol/4-6/Texto_argumentativo.htm
- *La Escritura Academica a Nivel superior* . (12 de Febrero de 2014). Obtenido de La Escritura Academica a Nivel superior : http://www.iiicab.org.bo/Docs/doctorado/dip3version/M3-3raV-Rascarrunz/3La_escritura_academica_en_el_nivel_superior.pdf
- *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
- *Revistas Cientificas Electronicas* . (12 de Febrero de 2014). Obtenido de Revistas Cientificas Electronicas : http://www.erevistas.csic.es/especial_revistas/revistas13.htm
- *Tesis de Investigación* . (28 de Mayo de 2014). Obtenido de Tesis de Investigación : http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html
- *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/
- Circuito Informativo. (20 de 11 de 2014). *Circuito Informativo*. Obtenido de Circuito Informativo: http://circuito-informativo.blogspot.mx/2007/11/la-cibergrafa.html

- Colegio Saludcoop Norte. (20 de 11 de 2014). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: http://es.slideshare.net/colsaludcoopnorte/proyecto-revista-escolar
- Cpraviles. (20 de 11 de 2014). *Cpraviles*. Obtenido de Cpraviles: http://www.cpraviles.com/materiales/VIjornadas/aplic/Taller%20de%20Prensa/Taller/Revista.htm
- Gregorio Rodríguez Gómez, J. G. (1996). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA*. Obtenido de bligoo.com: http://metodosdeinvestigacioninterdisciplinaria.bligoo.com.co/media/users/10/528344/files/53953/INVESTIGACION_CUALITATIVA_Rodriguez_et_al.pdf
- *http://amn.cl/digitalpaper/?message=ok#probarya*. (s.f.). Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de http://amn.cl/digitalpaper/?message=ok#probarya.
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf. (20 de 10 de 2014). *http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pdf*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/arenas_m_a/capitulo3.pd
- *http://issuu.com/*. (s.f.). Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de http://issuu.com/.
- *http://www.joomag.com/*. (s.f.). Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de http://www.joomag.com/.
- *http://www.youblisher.com/*. (s.f.). Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de http://www.youblisher.com/.
- *https://www.lucidpress.com*. (s.f.). Recuperado el 1 de Marzo de 2015, de https://www.lucidpress.com
- Julio Gonzalez B. (25 de 10 de 2012). *TIPOS Y DISEÑOS DE INVESTIGACION*. Obtenido de servicio.bc.uc.edu.ve: http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/a5n9/5-9-11.pdf
- Tiposde.org. (10 de 10 de 2014). *Tiposde.org Portal Educativo*. Obtenido de Tiposde.org Portal Educativo: http://www.tiposde.org/cotidianos/592-tipos-de-revistas/
- UNIVERSIDAD DE SONORA. (20 de 10 de 2014). *UNIVERSIDAD DE SONORA*. Obtenido de UNIVERSIDAD DE SONORA: http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elmuestreo.pdf

Anexo: CD con PDF de la quinta edición
de la revista Balance Social Digital